Acest dicționar se adresează tuturor specialiștilor a căror activitate are legătură cu domeniile comunicării, medierii și negocierii, dar și managerilor, studenților, masteranzilor și cadrelor didactice, care pot obține, lecturând și aplicând termenii explicați, un succes sporit în activitatea lor cotidiană.

ISBN 978-973-115-052-9

E.A. Botezat E.M. Dobrescu
M. Tomescu

Dicționar de comunicare, negociere și mediere

II 383.178

C·H·BECK

BIBL. CENTR. UNIV.
„M. EMINESCU" IAȘI
II 383. 178

Dicționar de comunicare, negociere și mediere

453886

Elena Aurelia Botezat
Emilian M. Dobrescu
Mirela Tomescu

Dicționar de comunicare, negociere și mediere

408303
B.C.U. IASI

Editura C.H. Beck
București 2007

Editura C.H. Beck este acreditată CNCSIS – Consiliul Național al Cercetării Științifice din Învățământul Superior

Dicționar de comunicare, negociere și mediere
Elena Aurelia Botezat, Emilian M. Dobrescu, Mirela Tomescu

Copyright © 2007 – Editura C.H. Beck

Toate drepturile rezervate Editurii C.H. Beck
Nicio parte din această lucrare nu poate fi copiată fără acordul scris al Editurii C.H. Beck.
Drepturile de distribuție în străinătate aparțin în exclusivitate editurii.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
BOTEZAT, ELENA
Dicționar de comunicare, negociere și mediere / Elena Aurelia Botezat, Emilian M. Dobrescu, Mirela Tomescu. - București : Editura C.H. Beck, 2007
Bibliogr.
ISBN (13) 978-973-115-052-9

I. Dobrescu, Emilian M.
II. Tomescu, Mirela

81'374.2:316.472.4:339.1

Editura C.H. Beck Str. Serg. Nuțu Ion nr. 2, sector 5, București
Tel.: (021) 410.08.47; (021) 410.08.09;
(021) 410.08.73; (021) 410.08.46
Fax: (021) 410.08.48
E-mail: comenzi@beck.ro

Redactor: Raluca Neagu
Coperta: Veronica Dinu
Tehnoredactor: Cătălin Mantu
Tipărit la S.C. TIPARG S.A. Pitești

31 MAI 2007

Notă asupra ediției

Acest dicționar se adresează tuturor specialiștilor a căror activitate are legătură cu domeniile comunicării, medierii și negocierii, dar și managerilor diverși, studenților, masteranzilor și cadrelor didactice, care pot obține lecturând și aplicând preceptele explicate un succes sporit în activitatea lor cotidiană.

Lucrarea poate fi folosită, de asemenea, de lectorii și participanții la cursurile de pregătire și perfecționare de scurtă durată, organizate de centrele regionale și locale de pregătire a personalului.

Termenii scriși cu italice într-o definiție oarecare se regăsesc definiți, la rândul lor, în cuprinsul lucrării, ca termeni de sine stătători. De altfel, indexul aflat la sfârșitul cărții vă prezintă toți termenii definiți în acest dicționar.

Suntem recunoscători tuturor cititorilor și celor care, aplicând ideile noastre, ne vor ajuta prin părerile, observațiile și criticile lor întemeiate să îmbunătățim lucrarea.

Autorii

ABC (American Broadcasting Company) – Rețea americană de televiziune creată în 1946 prin vânzarea „Rețelei albastre", una din cele două rețele pe care *NBC* le poseda atunci. Vezi: *CBS* și *NBC*. (E.D.)

ACTV (advanced compatible television) – Normă tv nouă, cu o rezoluție a imaginii de 1.050 linii. (E.D.)

Abordarea conflictului – Modalitate de a concepe studierea sau discutarea unui *conflict*; *sin.* tratarea conflictului.

Problemele pe care trebuie să ni le punem de fiecare dată sunt: Intervenim într-un conflict? Influențează acesta în mod negativ procesele de muncă? Când și cum să intervenim? În gestionarea (managementul) conflictelor, punctul de pornire este evaluarea situației: seriozitatea conflictului, urgența rezolvării, rezultatul considerat adecvat, puterea de care dispun cei care pot rezolva conflictul, atu-urile și slăbiciunile pe care le manifestă cei implicați.

Ca modalități de abordare a conflictului (a.c.) menționăm: *v. a.c. acomodarea; a.c. aplanarea; a.c. competiția; a.c. comanda autoritară; a.c. compromisul; a.c. ignorarea; a.c. rezolvarea.* (E.B.)

Abordarea conflictului - acomodarea – Modalitate de abordare a conflictului caracterizată prin adaptarea la situația creată de conflict și deprinderea cu noile condiții. O asemenea abordare poate fi potrivită pe termen scurt, în cazul conflictelor de intensitate scăzută. (E.B.)

Abordarea conflictului – aplanarea - Modalitate de abordare a conflictului caracterizată prin acțiunea de a face să dispară neînțelegerile (de ex.: a ajuta părțile să vadă problemele dintr-o perspectivă corectă, descoperind sentimentele și opiniile celeilalte părți, unele conflicte izbucnind din cauză că oamenii sunt stresați sau neliniștiți). Se recomandă și adoptarea unei atitudini de veghe, pentru a interveni de îndată ce conflictul amenință să devină distructiv. (E.B.)

Abordarea conflictului - competiția – Modalitate de abordare a conflictului în care fiecare parte implicată se străduiește să câștige ceea ce pierde cealaltă, angajându-se într-o competiție „învingător-învins". În cazuri extreme, una din părți își satisface interesele prin suprimarea completă a intereselor celeilalte părți. Într-o competiție câștigă doar o parte, ceea ce conduce la apariția unor conflicte similare în viitor. (E.B.)

Abordarea conflictului - comanda autoritară – Modalitate de abordare a conflictului în care o parte forțează prin exercitarea autorității. Forțarea este realizată de un obicei de o persoană aflată la un nivel ierarhic superior, care „dictează" o soluție celor situați la un nivel ierarhic inferior. Este o sursă de conflicte în viitor. (E.B.)

Abordarea conflictului - compromisul – Modalitate de abordare a conflictului bazată pe concesii reciproce adoptată mai ales atunci când dezechilibrul de interese creat face ca fiecare parte implicată în conflict să fie în situația de a da și de a obține ceva de valoare. Soluția pare acceptabilă în contextul în care fiecare parte pierde puțin și câștigă puțin, dar practica demonstrează că satisfacția redusă a părților constituie o sursă de conflicte viitoare. (E.B.)

Abordarea conflictului - ignorarea – Manieră de abordare pasivă a conflictului, caracterizată prin faptul că se consideră conflictul ca inexistent, se neglijează, se simulează că nu se observă, nu se ține seama. Riscul major al acestei modalități este acela că în cazul escaladării conflictului putem fi puși într-o situație delicată. (E.B.)

Abordarea conflictului - rezolvarea – Modalitate de abordare eficace, prin care părțile sunt confruntate în mod direct cu problema care constituie sursa conflictului și se mizează pe disponibilitatea celor implicați de a recunoaște că disputa este un lucru rău și necesită atenție. Problemele trebuie discutate deschis, iar soluția trebuie să fie una de tipul câștig-câștig.

Negocierea, ca metodă de rezolvare a conflictului, reprezintă un proces care presupune parcurgerea mai multor pași: 1. Stabilirea propriei poziții și aflarea răspunsurilor la întrebări ca: De ce suntem în conflict? Care este natura conflictului? Ce dorim de fapt? Ce putem întreprinde? 2. Înțelegerea poziției părții opuse și manifes-

tarea disponibilității de a lucra cu cealaltă parte pentru găsirea unei soluții acceptabile, benefice pentru toți. 3. Elaborarea și sugerarea alternativelor (opțiunilor). Prin discuții, negociatorii găsesc o soluție de compromis, care îi ajută să întrevadă soluții. Cu cât apar mai multe soluții cu atât crește probabilitatea apariției uneia cât mai satisfăcătoare. 4. Alegerea celei mai bune soluții sau ajungerea la o înțelegere (acord). Acordul satisface nevoile reciproce ale ambelor părți și aduce la un numitor comun interesele acestora. Negociatorul trebuie să se gândească cum pot fi implementate soluțiile propuse, astfel încât să se creeze posibilitatea unui acord pe termen lung care să permită depășirea conflictului. Înțelegerea trebuie să arate cum se va rezolva conflictul, să descrie modul în care se vor purta protagoniștii în viitor, să jaloneze consecințele nerespectării înțelegerii și să prefigureze influențele pozitive asupra relației lor în viitor. 5. Aplicarea soluției și evaluarea. În această etapă se determină impactul soluției adoptate și aplicate iar părțile, reflectând asupra rezultatelor, pot să-și îmbunătățească abilitățile de rezolvare a conflictelor. Evaluarea presupune și analiza modului în care rezultatele îi mulțumesc pe toți și poate constitui punctul de plecare spre un nou acord, mai bun. (E.B.)

Abordarea conflictelor „hard" – Modalitate de concepere a tratării conflictelor bazată pe inițiativă. Acest tip de abordare presupune: referirea la obiective, la norme flexibile; implicare în rezolvare; exprimarea sentimentelor și părerilor; promovarea intereselor pe bază de criterii clare, bine definite; evitarea amenințărilor, conciliere; eventual apelarea la o terță parte neutră (arbitraj, mediere). Metoda „hard" conduce la soluționarea conflictului pe termen lung prin înțelegerea cauzelor, stăpânirea situațiilor și urmărirea soluționării consensuale. Acest tip de abordare are eficacitate crescută, prin urmărirea obiectivelor de interes comun, sau acceptarea realizării înțelegerii pe baza obiectivelor care depășesc prin importanță neînțelegerile de moment. (A.T.)

Abordarea conflictelor „soft" – Modalitate de concepere a tratării conflictelor bazată pe așteptare. Acest tip de abordare presupune: (referirea la proceduri, la norme fixe, eventual constrângere); evitare, neglijarea pentru moment; temporizare; apelul la sentimente

mai bune; ascunderea sentimentelor şi a părerilor. Metodele soft nu sunt considerate suficient de eficiente, axându-se mai mult pe simptome şi nu pe adevăratele cauze. În general se consideră că prin acest tip de tratare a conflictului se determină, după o aparentă „rezolvare", o acutizare a conflictului. În fond, abordarea soft reflectă slăbiciune şi favorizează dezvoltarea conflictului în tăcere. (A.T.)

Abordarea negocierii – Modalitate de a concepe discutarea sau studierea problemei ce face obiectul negocierii; sin. *tratarea negocierii.* Cele mai cunoscute abordări sunt: v. *abordarea de pe poziţii de forţă; abordarea concesivă; abordarea centrată pe interese.* (E.B.)

Abordarea centrată pe interese a negocierii – Modalitate de negociere care are la bază preocuparea pentru interesele proprii şi evitarea adoptării oricărei atitudini care nu avantajează cu adevărat aceste interese precum şi oferirea oricărui lucru mai valoros pentru partenerul tău decât pentru tine şi solicitarea a ceea ce este mai valoros pentru tine decât pentru partenerul tău (interese compatibile).

Ex.: să dai un preţ scăzut acum în schimbul unui angajament pe termen lung; să dai o vânzare rapidă acum în schimbul unei reduceri de preţ; să dai un angajament de revizuire a acordului la intervale regulate în schimbul acceptării rapide a prevederilor acordului pentru o perioadă de probă; să dai mai mulţi bani acum în schimbul îngheţării creşterii preţurilor pentru o perioadă dată. (E.B.)

Abordarea concesivă a negocierii – Modalitate de negociere în care negociatorul, pentru a evita confruntarea, este flexibil, cedează cu uşurinţă şi manifestă multă îngăduinţă, sperând că cealaltă parte, mulţumită va avea grijă şi de interesele sale.

Principalul avantaj constă în eficienţa ridicată, deoarece negocierea se va termina rapid datorită faptului că ambele părţi sunt amabile ori datorită faptului că partea concesivă este copleşită de partea cealaltă. Dezavantajele se referă la: încheierea unui acord care nu are în vedere propriile interese; înţelegerea (acordul încheiat) nu corespunde cerinţelor nici uneia dintre părţi atât de bine cât s-ar fi putut (chiar şi atunci când partenerul răspunde la fel de amabil felului nostru amabil); potenţiala ruptură ce poate să apară în relaţiile dintre părţi (deoarece partea concesivă

ori va continua să-şi neglijeze propriile interese şi astfel va pune capăt afacerii ori va accepta să cedeze atât de mult ca apoi să atace brusc partea care a progresat de o manieră iraţională şi mai mult decât agresivă). (E.B.)

Abordarea de pe poziţii de forţă a negocierii – Modalitate de negociere în care fiecare parte face oferte de început care sunt inaccesibile pentru cealaltă parte şi face tot ce poate ca să obţină cât mai mult posibil fără să cedeze, suspicioasă şi convinsă că cealaltă parte vrea să o înşele. Nu va ceda decât în schimbul unui compromis pe care îl face partea cealaltă ori de teama că dacă nu cedează, partenerul va renunţa la negociere.
După Fisher şi Ury, această abordare prezintă următoarele neajunsuri:
- este ineficientă, deoarece risipeşte timp şi energie şi durează prea mult;
- nu este înţeleaptă, în general ajungându-se la înţelegeri pe care cel puţin una dintre părţi (şi uneori amândouă) poate încerca să le încalce;
- pune în pericol relaţiile parteneriale, pentru că oricare ar fi rezultatul, relaţiile vor „încremeni" şi chiar s-ar putea deteriora. (E.B.)

Abuz – **1.** Exces în folosirea unui lucru. **2.** (DR.) Denumire dată anumitor încălcări ale legalităţii. În cadrul dreptului penal sunt prevăzute diferite tipuri de abuzuri cu semnificaţie juridică: a. de autoritate, comis contra persoanei (violare de domiciliu, negarea justiţiei, violenţele funcţionarilor, violarea secretului corespondenţei, convorbirilor telefonice), sau contra interesului public (violenţă în scopul împiedicării exercitării legilor sau acţiunii justiţiei, perceperea ilegală de impozite etc.); m Expr. ~ *de încredere*, delict constând în însuşirea, înstrăinarea sau refuzul de a returna obiecte sau valori încredinţate unei persoane cu obligaţia de a le restitui. (A.T.)

Abuziv – Arbitrar, despotic, excesiv, samavolnic, silnic (ex. *hotărâre* ~). **2.** adv. arbitrar, samavolniceşte (ex. *acţionează* ~). (A.T.)

Accident – Eveniment neprevăzut cu consecinţe neplăcute pe plan fizic, mental sau material. Adeseori accidentele sunt motive de stări conflictuale. (A.T.)

Acord – Convenţie între două sau mai multe părţi, care pot fi persoane fizice sau juridice, în vederea încheierii, modificării sau desfiin-

țării unui act (juridic, administrativ, normativ etc.). *sin.* înțelegere, învoială, consens, armonie, tratat. m *a. internațional = tratat internațional*- Înțelegere rezultată în urma unor tratative (negocieri) la nivel internațional prin care se creează, se modifică, se sting drepturi, sau se prevăd norme de conduită/de acțiune care trebuie respectate în relațiile dintre părțile semnatare (*acord bilateral/ acord multilateral*). În rezolvarea conflictelor se recomandă *acordul consensual*, acesta fiind asociat cu rezolvarea de durată a conflictului. (A.T.)

Acțiune – Termen care se referă la un proces, individual sau colectiv, circumscris temporal; realizare a unui obiectiv (scop) suficient de clar formulat la nivelul conștiinței actorului. Acțiunea presupune patru elemente distincte, astfel avem: **a.** un actor (individual sau colectiv) – cel care realizează acțiunea; **b.** o situație – condițiile fizice, sociale în care respectiva a. se desfășoară; **c.** un obiectiv, scop care orientează acțiunea; **d.** o modalitate (tehnică, strategie) utilizată de actor pentru a realiza, în situația dată, obiectivul propus. *sin.* efect, faptă, intrigă, mișcare, operație, subiect.*(A.T.).

Acțiune colectivă – 1. Tip de acțiune socială rezultat din agregarea coordonată a unui număr nedeterminat de acțiuni individuale. A. c. apare atunci când un grup neorganizat sau latent devine un grup organizat sau semiorganizat. În aceste situații, actorii devin conștienți de interesul lor comun și caută să promoveze, relativ la alte grupuri, acest interes printr-o acțiune coordonată. Trecerea la acțiunea colectivă nu se face însă de îndată ce a fost conștientizat interesul comun, fie datorită faptului că beneficiul obținut de fiecare actor separat, prin participarea lui la acțiunea colectivă poate fi mai mic decât costul participării, fie pentru că obținerea unor beneficii individuale nu este condiționată totdeauna de participarea la o acțiune colectivă sau, în sfârșit, deoarece în absența unor mecanisme de coerciție, fiecare individ, în măsura în care consideră contribuția sa la acțiune colectivă ca fiind neglijabilă, poate fi înclinat să se abțină de la participare, tendință întărită și de faptul că beneficiile acțiunii colective sunt împărțite nu numai între participanți, ci între toți membrii grupului organizat sau semiorganizat. (ex. *acțiuni sindicale*) **2.** *sin.* (v.și) comportament

colectiv, desemnează acțiunile sociale neinstituționalizate, caracterizate prin mobilizarea indivizilor sau/și grupurilor în vederea redefinirii unei situații acționale, pe baza unor credințe generalizate: valori, orientări sau moduri de a acționa acceptate de fiecare individ doar fiindcă sunt acceptate de ceilalți. Principalele tipuri de comportament colectiv sunt: panica, „nebunia" colectivă (inclusiv ciclurile ostile ale mulțimii, mișcările orientate spre schimbarea normelor, valorilor și structurilor sociale). Comportamentele colective se deosebesc de mișcările sociale prin faptul că sunt instituționalizate. Ele tind să redefinească o situație socială critică, cu scopul de a oferi participanților o „ieșire" din această situație, fără a încerca însă să impună redefinirea respectivă ca o ordine normativă sau valorică în societate. Tipică este, din acest punct de vedere, panica. Ea apare când indivizii nu mai pot acționa după regulile acceptate și experimentate de ei, fără a exista însă alte reguli eficace care să garanteze eficacitatea acțiunii. Se creează astfel o stare de tensiune care generează, la rândul ei, o stare de anxietate în care „obiectele" (lucruri, persoane, relații, fenomene, instituții) din jur sunt privite ca amenințări generalizate. Imposibilitatea exercitării controlului asupra factorilor de care depinde succesul acțiunii colective. face necesară restructurarea situației ambigue, recurgându-se, pentru aceasta, la credințe generalizate în anumite valori sau norme a căror forță mobilizează indivizii în lupta pentru contracararea „puterilor negative" implicate de starea de anxietate. Credințele generalizate pot fi astfel reduse la structurile raționalității, dar în acest caz se produce o formă de instituționalizare a comportamentului colectiv. De regulă, acesta din urmă presupune o atitudine irațională, indiferent dacă ea conduce sau nu la violență. Iraționalitatea comportamentului colectiv este explicată prin faptul că el reprezintă acele tipuri de a. socială în care componentele, etapele și momentele sunt comprimate și așezate într-o secvență independentă de orice formă de adecvare logică. (A.T.).

Acțiune socială – **1.** Desemnează orice activitate umană semnificativă față de o componentă structurală a societății, în sensul că este determinată sau determină locul, rolul sau funcția respectivei componente în structura și funcționalitatea ansamblului vieții sociale.

Sociologul german Max Weber a considerat că orice activitate desfăşurată de un individ (comportament uman) este socială dacă şi în măsura în care ea se modifică în funcţie de activitatea unui alt individ, pe baza unor valori sau simboluri împărtăşite în comun de membrii unui grup social sau ai unei societăţi. Această modificare poate fi determinată raţional fie de natura scopului urmărit de individul care acţionează (activitate raţională prin finalitate), fie de o valoare supremă în care actorul crede necondiţionat (activitate raţională prin valoare). **2.** Termen al politicii sociale, care desemnează: **a.** acţiune destinată să satisfacă nemijlocit anumite nevoi colective (hrană, locuinţe, educaţie, cultură); **b.** acţiune care să ducă la realizarea unui obiectiv prin alocarea programată (de către o autoritate socială) a resurselor şi mijloacelor adecvate. (A.T.).

Acuzare – Acţiunea de a acuza, învinuire adusă uneia sau mai multor părţi de a fi săvârşit o fărădelege, un păcat, o crimă, un act ilegal, (*sin.* învinovăţire, învinuire, culpabilizare, incriminare, inculpare). (ex. *Punere sub ~*). (A.T.).

Aderare – Acţiunea de a se alătura la o mişcare, la o ideologie şi rezultatul ei. **1.** a se ralia (la o idee, la o doctrină); **2.** a se înscrie, a intra într-o organizaţie); **3.** (DR. despre un stat) a deveni parte la un tratat. (A.T.).

Adevăr – Reflectare fidelă a realităţii în gândire, concordanţa între cunoştinţele noastre şi realitatea obiectivă, ceea ce corespunde realităţii, ceea ce există sau s-a întâmplat în realitate. Adevărul este obiectiv pentru că are un conţinut independent de subiectul cunoscător. *sin.* realitate, *adj.* real, autentic, exact, de netăgăduit, drept, corect, just, (livr.) veridic. (A.T.)

Afectivitate în negocieri – Ansamblul proceselor afective care exprimă modul în care diferite situaţii şi împrejurări contribuie la satisfacerea sau la nesatisfacerea obiectivelor negocierii. Afectivitatea include: *emoţii* – reacţii afective intense şi de scurtă durată ca: întristare, supărare, mânie, furie, veselie, bucurie, euforie; *sentimente* – procese afective de lungă durată, de intensitate medie: sentimente de respect, admiraţie, simpatie, antipatie, repulsie, aversiune; dispoziţie afectivă – stare afectivă generalizată, pe fondul căreia se dezvoltă procese emoţionale latente, difuze. (E.B.)

AFP (Agenţia France Presse) – Este cea mai importantă agenţie de presă din Franţa şi a cincea din lume; posedă birouri sau corespondenţi în 129 de ţări şi serveşte în lume mai mult de 12.500 clienţi direcţi, din care 7.000 ziare şi 2.500 posturi de radio şi tv, precum şi 200 agenţii de presă naţionale. Ea difuzează în fiecare zi câte 3.000 de cuvinte în 6 limbi, cu ajutorul a 2.000 de colaboratori (jurnalişti şi fotografi). (E.D.)

Agenţie de presă – Reprezintă o categorie particulară, conexă, de întreprindere de presă, ce are ca obiect căutarea, colectarea şi prezentarea de noutăţi, pe care le centralizează pentru a le oferi şi transmite abonaţilor săi cât mai rapid posibil (presa scrisă, radio, tv.). Este un organism care difuzează diferitelor media toate formele de informaţii, provenind din lumea întreagă. În alte accepţiuni, prin agenţii de presă se mai înţeleg, fie „veritabili angrosişti în informaţie, furnizori de materii prime, bănci de noutăţi şi informaţii", fie „organisme private care furnizează ziarelor şi periodicelor articole, informaţii, reportaje, fotografii" (Ordonanţa Guvernului Francez din 2 noiembrie 1945). Conform unei definiţii UNESCO din 1953, agenţia de presă este considerată „o întreprindere care are ca obiect de cercetare noutăţile şi documentele de actualitate având exclusivitate pentru exprimare sau reprezentarea faptelor". În 1835 se înfiinţa la Paris, Agenţia Havas (predecesoarea Agenţiei France Press), fondată de Charles Luis Havas. În 1848 era creată la New York Agenţia Associated Press, în 1849 la Berlin – Agenţia Wolf, iar în 1851 la Londra – Agenţia Reuters. Astăzi există agenţii de presă naţionale, internaţionale şi de specialitate. Reţeaua mondială a agenţiilor de presă numără ca exemple reprezentative în afara celor citate mai sus şi *CBS* (Columbia Broadcasting System), *BBC* (British Broadcasting Corporation), *CNN* (Cable News Network). (E.D.)

Agresiune – Un atac; agresorii adesea neagă orice intenţie agresivă şi pretind că acţionează în numele legii, al ordinii sau a civilizaţiei pentru propria apărare, sau mai general pentru a preveni un eventual atac. (A.T.)

Agresiunea a fost definită în Convenţia pentru definirea agresiunii, de la data de 3 iulie 1933, ca fiind: a) o declaraţie de război împotriva altui stat; b) o invazie armată a teritoriului altui stat, fără a declara război; c) un atac cu forţe armate, fără decla-

raţie de război, pe un teritoriu, navă marină sau aeriană a altui stat; d) ajutor dat unor grupări armate formate pe teritoriul unui alt stat şi invadarea statului respectiv în ciuda cererii autorităţilor statului care este subiectul atacului de a priva aceste grupări de sprijin armat. *sin.* atac.

Agresiv – Care atacă (fără a fi provocat), care caută prilej de ceartă, *sin.* provocator, războinic, *fam.* belicos, violent. (A.T.)

Agresivitate – **1.** Însuşirea de a fi *agresiv*, constituind uneori un simptom patologic. **2.** comportament ofensiv, orientat spre umilirea sau chiar suprimarea fizică a celorlalţi. Actele agresive se manifestă atât individual cât şi în grup. Comportamentul agresiv poate fi orientat şi spre propria persoană (autoagresivitate), în cazuri patologice de tulburări psihice. Statisticile şi studiile sociale au arătat faptul că este important ca la vârstele fragede să se prevină fenomenele de învăţare „negativă" a unor comportamente violente care favorizează instalarea agresivităţii (certuri şi bătaie în familie în faţa copiilor, urmărirea unor programe de televiziune care promovează violenţa şi criminalitatea etc.). *sin.* violenţă. (A.T.)

Agresivitate verbală – Însuşirea de a fi *agresiv* verbal, prin intermediul *limbajului*. (E.D.)

Anumite modele ale batjocoririi sunt principial identice în diferite culturi. Ea merge de la degradare până la dezumanizare, implicând în acelaşi timp ameninţarea excluderii. Celui batjocorit i se dau nume de animale (în Europa: porc, câine, maimuţă) sau i se atribuie defecte sociale sau corporale (infirm, laş, jegos, ticălos). Adesea, atacul verbal atribuie ţintei sale încălcarea tabuului incestului. Disputele populaţiei Mbowanib (Noua Guinee) conţin atacuri verbale care se referă de pildă la defectele fizice ale celui atacat (Tu, ţâţe de femeie!) sau care fac un reproş (Vagabondule!). Tot aici se obişnuieşte a se reproşa ţinuta neîngrijită (Parcă ai fi acoperit cu cenuşă!; Îi vine omului greaţă când te priveşte!) (Vicedom şi Tischner, 1943/1948).

Omul poate să creeze prin cuvinte situaţii declanşatoare ale agresivităţii, de exemplu atunci când spune „De acum înainte nu mai vorbesc cu tine!" sau atunci când utilizează clişeele verbale. Astfel de stimuli verbali determină în cele din urmă reacţia de răspuns, ceea ce se întâmplă atât în cazul invectivei grosolane, cât şi în cazul tachinării glumeţe a partenerului sau al duelului-cântec, caracterizat de un înalt grad de ritualizare. Clişeele verbale înlocuiesc acţiunea sau situaţiile declanşatoare. Aceasta

constituie o formă particulară de ritualizare. Ritualizarea conflictelor reprezintă unul din factorii determinanți, de primă importanță ai evoluției limbii. Poate că din această direcție vine presiunea selectivă cea mai importantă.
după Irenaus Eibl-Eibesfeldt - Agresivitatea umană - studiu etologic, traducere din limba germană de Vasile Dem. Zamfirescu, Editura Trei, 1995, p. 128-129

Alianță – **1.** Relație, înțelegere între două sau mai multe grupuri, pentru satisfacerea unor *interese* comune sau în vederea realizării unui obiectiv comun. **2.** Înțelegere politică între două sau mai multe state, pe bază de tratat, prin care statele respective se obligă să acționeze în comun, sau să se ajute în anumite împrejurări, în special în caz de război, ori al unui atac îndreptat de alte state împotriva unuia dintre statele ce fac parte din alianță. *sin.* coaliție, acord, convenție, pact. (A.T.)

Aliat/aliată – (despre o persoană, un partid, o organizație) asociat, unit, întovărășit cu cineva (altă persoană, partid, organizație) printr-o *alianță* în vederea desfășurării unei acțiuni comune; (despre un stat) care a încheiat un tratat de alianță, un pact, un acord etc. (A.T.)

Amânare – Horărârea de a îndeplini o acțiune la o dată ulterioară celei stabilite. Acțiunea de a amâna și rezultatul ei. A duce cu vorba pe cineva. *sin.* întârziere, tărăgănare, tergiversare, (livr.) temporizare, (*~rezolvării conflictului*). (A.T.)

Ambuscadă – Acțiune de luptă în care inamicul, pândit dinainte, este atacat prin surprindere. Loc amenajat și ocupat de o subunitate militară, în scopul executării unui atac prin surprindere asupra dușmanului. (A.T.)

Analiza imaginii TV – Se efectuează cu ajutorul unei camere electronice care convertește imaginea optică într-o imagine corespondentă. Pentru aceasta, un fascicol de electroni baleiază în spatele unui ecran alcătuit dintr-o multitudine de puncte luminoase, dispuse pe 625 sau 525 linii, care compun 30, respectiv 25 de imagini pe secundă, în funcție de țara sau sistemul ales. Imaginea analizată este transformată într-un semnal electric, care va fi transmis prin radiodifuzie. La recepție, imaginea este reconstituită prin același procedeu. (E.D.)

Antipatie – Sentiment de neplăcere, de respingere, de aversiune, de silă față de cineva, pornire

împotriva cuiva, resentiment. *sin.* aversiune, ostilitate, resentiment, repulsie. (A.T.)

Anomie – (*gr. a –„fără" + nomos „lege"/anomi "violare a legii"*) **1.** Stare a societății caracterizată prin lipsa reglementărilor juridice, a normelor, sau prin existența unor legi și norme contradictorii care îngreunează sau care face imposibilă orientarea acțiunii umane și integrarea socială a individului. **2.** Desemnează starea de dereglare a unui sistem social, având drept cauză dezintegrarea normelor ce reglementează comportamentul indivizilor și asigură ordinea socială. (A.T.)

Anxietate – Stare de așteptare încordată, stare de neliniște care apare în unele boli psihice (melancolie anxioasă, nevroză, fobii etc.) în absența unor cauze evidente („teamă fără obiect"). Anxietatea este însoțită de fenomene organo-funcționale: transpirație abundentă, palpitații, jenă în respirație. *sin.* teamă, angoasă. (A.T.)

AP (Associated Press) – Agenție de presă americană, fondată în 1848 sub numele de "New-York Associated Press", de către șase cotidiene americane. (E.D.)

Apărare – Acțiunea de a (se) apăra. Una din formele principale de luptă, care urmărește oprirea ofensivei inamicului; totalitatea măsurilor luate în acest scop. (A.T.)

Aptitudine în negocieri – Însușire psihică individuală care condiționează reușita îndeplinirii obiectivelor negocierii; *sin.* înclinație către negociere. (E.B.)

Arbitraj – (DR.) Soluționare a unui litigiu de către un arbitru. Arbitraj – organ neutru care rezolvă litigiile dintre organizații. Este situat la confluența dreptului procesual civil cu dreptul comercial și dreptul comerțului internațional. ~ *internațional* – judecarea de către un arbitru ales de părți, sau de către o instanță internațională a unor litigii/ neînțelegeri dintre state. Arbitrajul începe să fie reglementat încă din secolul al XVIII-lea (în Franța Decretul 12 din 24 august 1790), fiind considerat „mijlocul cel mai rațional de a soluționa contestațiile între cetățeni" nu prin intermediul judecătorului, ci prin cel al unor persoane particulare în care părțile aveau încredere deplină. (Sălăjan Ionaș Monica – „Arbitrajul comercial" Editura All Beck -Praxis, 2001, p.17)
În ceea ce privește ~ *comercial*, dezvoltarea sa este legată direct

de dezvoltarea comerțului și progresul industrial, demonstrând necesitatea și utilitatea unei jurisdicții adecvate acestor domenii, deși în domeniul comercial se poate spune că a operat încă din antichitate!

În România cadrul legal pentru organizarea arbitrajului comercial a fost creat în 1865, după modelul francez, Cartea a IV-a a Codului de procedură civilă fiind prima încercarea de sistematizare a domeniului care a beneficiat de reglementări anterioare (1814 manualul lui Donici, Codul Calimachi în Moldova -1817, Codul Caragea în Țara Românească - 1818 etc.)

după Sălăjan Ionaș Monica – Arbitrajul comercial, București, Editura All Beck - Praxis, 2001, p.18

Comparație între arbitraj si mediere:

Arbitraj	Mediere
A treia parte are rol de decizie	A treia parte are rol consultativ
Formulează decizii care sunt obligatorii pentru părți	Formulează recomandări care sunt orientative pentru părți

Alte metode de rezolvare sunt: elaborarea *hărții conflictului* sau diferite *stiluri de negociere*. Teoretic, orice *conflict* poate fi rezolvat prin negociere. *Negocierea* poate constitui o modalitate de abordare creativă de a conflictului, însă pentru o rezolvare de durată este nevoie de acceptarea legitimității și a punctelor de vedere ale părților, de recunoaștere a necesității rezolvării pentru evitarea irosirii resurselor și/sau a pierderilor. (A.T.)

Argumenta – A susține, a întări, a dovedi, a demonstra ceva cu argumente. Recunoașterea, dar și împărtășirea unor valori morale, etice sau de altă natură poate fi probată numai prin dezbatere. Speranța și chiar convingerea că există căi prin care se pot soluționa dezacordurile și conflictele pornește de la înțelegerea faptului că valorile pot fi percepute într-un mod care poate să conducă la dezbatere, care folosește argumentația. (A.T.)

Aspirație – Reprezentare subiectivă a unor stări considerate de persoane, grupuri, colectivități a fi dezirabile. Aspirațiile pot fi considerate a fi, în ultimă instanță, expresii subiective ale necesităților sistemelor respective (persoane, grupuri, colectivități). *sin.* dorință, năzuință, pornire, râvnă, a ținti, a urmări, a visa, a viza. (A.T.)

Asertivitate/aserțiune – (LOG.) Enunț afirmativ sau negativ care este dat ca adevăr; Capacitatea de a exprima ceva afirmativ; Judecată care exprimă constatarea

unei stări de fapt. *în gen.* Afirmaţie (care nu este însoţită de o probă). (A.T.)

Aşteptări – Acţiunea de a conta pe ceva, de a aştepta şi rezultatul ei. *sin.* presupuneri, speranţe. (A.T.)

Atac – Operaţie de luptă, ofensivă a unor forţe armate, care urmăreşte nimicirea sau prinderea inamicului, şi/sau distrugerea unor obiective ale acestuia; **2.** Momentul culminant al acestei ofensive şi semnalul din trompetă care anunţă începerea atacului. **3.** Agresiune împotriva unei persoane, unui stat. **4.** Mijloc prin care se cere reexaminarea unei hotărâri judecătoreşti care nu satisface una dintre părţi. **5.** Campanie violentă împotriva unei persoane, situaţii, organizaţii etc. *sin.* asalt, agresiune, criză. (A.T.)

Atitudine – Mod de a se comporta faţă de un eveniment sau aspect al realităţii; **2.** orientare personală sau de grup, rezultată din combinarea de elemente afective, cognitive şi conative, care exercită influenţe de direcţionare, motivare sau evaluare asupra comportamentului. Când ating un grad mai înalt de stabilitate se constituie ca însuşire caracterială a unei persoane, iar în relaţie cu valorile se formează aşa -numitele sisteme de valori-atitudini care au funcţia de vectori orientativi personali. *(ex. a lua atitudine* = a-şi exprima cu fermitate părerea*).* (A.T.)

Atitudine în negocieri – Fel de a fi ori de a se manifesta faţă de un aspect al negocierii.
Atitudini greşite în negocieri sunt: abordarea câştig-pierdere (victorie/ înfrângere); subordonarea acţiunii intenţiei de a înşela; negocierea pe baza unei soluţii prefabricate; lipsa totală a pregătirii negocierii; pregătirea ruptă de context.
După Ion Stoian, *atitudinile (a.n.)* frecvent întâlnite în rândul negociatorilor sunt: *a.n. creativitatea; a.n. cooperarea; a.n. raţionalitatea; a.n. pasivitatea; a.n. dominaţia; a.n. ostilitatea; a.n. agresivitatea.* (E.B.)

Atitudine în negocieri – agresivitatea – Atitudine de forţă, de abordare cu rea credinţă, în care cel ce o adoptă vrea să câştige cu orice preţ. Poate fi doar o atitudine de moment, care poate fi depăşită prin tactul partenerului, bine intenţionat, abil şi experimentat, sau una de durată. În acest ultim caz pasivitatea trebuie continuată cu netranzacţionarea. Există riscul contaminării cu aceiaşi atitudine, caz în care fiecare parte se

străduieşte să-şi impună punctul de vedere, în ciuda inconsistenţei argumentelor pe care le aduce. În situaţia în care se declanşează o competiţie în supraestimarea argumentelor proprii, a calităţii profesionale şi intelectuale, în goana după supremaţie, se ajunge la iritare şi in final la eşecul negocierii. (E.B.)

Atitudine în negocieri – creativitatea – Este atitudinea cea mai constructivă, care depăşeşte limitele cooperării. Negociatorul care adoptă această atitudine caută să se substituie partenerului său, să-i protejeze interesele minimale şi se zbate pentru obţinerea unei soluţii avantajoase pentru ambele părţi. El depune eforturi şi manifestă iniţiativă în mod constant, pentru a depăşi orice obstacol din calea negocierilor şi pentru a elimina apatia sau descurajarea. Reprezintă atitudinea negociatorului de elită, talentat, pregătit şi experimentat. (E.B.)

Atitudine în negocieri – cooperarea – Atitudinea dominantă în *negocierile integrative*. Negociatorul cooperant porneşte de la premisa că trebuie să încheie acordul. În cazul negocierii comerciale este atitudinea adoptată de firmele cu reputaţie, cu negociatori bine pregătiţi şi orientaţi, care persistă în această atitudine indiferent de atitudinea partenerului. Succesul negocierii este aproape sigur în cazul în care ambii parteneri adoptă o atitudine de cooperare. Aceasta este atitudinea ideală care creează premise certe promovării relaţiilor între partenerii în cauză. (E.B.)

Atitudine în negocieri – dominaţia – Atitudinea *partenerului* mai puternic care se ştie favorizat de circumstanţe, poziţie pe piaţă, antecedentele relaţiei etc. Poate fi vorba despre o dependenţă temporară (de exemplu: situaţia de furnizor sau client unic) sau de una mai de durată. În situaţii extreme, singura soluţie care îi rămâne negociatorului dominat este să încerce să-şi limiteze pierderile. Uzual, el acceptă o poziţie de inferioritate temporară şi persevereză în atingerea obiectivelor propuse cu răbdare şi tenacitate. (E.B.)

Atitudine în negocieri – ostilitatea – Atitudinea uneia din *părţi* care forţează impunerea punctului său de vedere, susţinut adesea ilogic şi nerealist. Este atitudinea opusă *cooperării*, caracteristică negociatorului orgolios, veşnic iritat, pripit, predispus să întrerupă

expunerea partenerului şi care aduce obiecţiuni distructive. Adesea el devine furios şi încăpăţânat, nu acceptă compromisul şi viciază climatul negocierii. Ca şi contramăsură se recomandă adoptarea unei atitudini de pasivitate sau tăcerea pentru a-l exaspera pe agresiv, care va obosi, se va înfuria şi va greşi, de multe ori fatal. (E.B.)

Atitudine în negocieri – pasivitatea – Atitudine recomandabilă în cazul negocierilor în care oponentul adoptă o atitudine de ostilitate sau de neprincipialitate evidentă. În cazul în care se manifestă în procesul normal al discuţiei, cel ce o foloseşte dovedeşte subtilitate şi urmăreşte să-şi deruteze partenerul. Atunci când devine cronică, negocierile în cauză sunt periclitate.

O altă formă de manifestare a pasivităţii este indiferenţa, care poate să ducă la complicarea negocierilor şi la consumarea inutilă a timpului. Negociatorul indiferent se declară în aparenţă de acord cu toate argumentele oponentului său, şi în final nu este de acord cu nici unul. Strategia lui, cel mai adesea, este de epuiza toate argumentele partenerului şi apoi ofensiva. Contra-măsura este amânarea discuţiilor, în paralel cu căutarea unor parteneri serioşi cu care să se poată negocia pe bază de cooperare. (E.B.)

Atitudine în negocieri – raţionalitatea – Atitudine bazată pe calculul raţional de interes reciproc, de rentabilitate. Partenerii se manifestă sobru, raţional, fără nici un exces de politeţe şi afectivitate, adică tind să se afle în permanenţă într-o stare de neutralitate şi obiectivitate în limite raţionale. Predomină logica, raţiunea, partenerii se manifestă cerebral şi au o încredere limitată, luptând pentru obţinerea avantajului maximal, fără a-l neglija însă pe cel al partenerului. (E.B.)

Atitudini sociale – Orientări subiective stabile ale indivizilor ca membrii ai unor grupuri sociale în raport cu sistemul de valori (care are caracter normativ pentru comportament) al acestor grupuri. (A.T.)

Audienţă – Numărul persoanelor care urmăresc (audiază sau vizionează) o emisiune. (E.D.)

Audimetru – Aparat pentru *măsurarea audienţei.* (E.D.)

Autoritate – Drept, putere de a impune ascultare sau de a emite

dispoziții obligatorii în temeiul unei calități (de ex. expert în materie) sau a unei împuterniciri, ca în cazul organelor de stat. *sin.* putere recunoscută. (E.B.)

Avantaj – Folos pe care îl obține cineva (în raport cu altcineva). Favoare, privilegiu de care se bucură cineva sau ceva. Superioritate (a cuiva sau a ceva față de altceva sau altcineva) bazată pe o situație, pe o împrejurare favorabilă. **2.** *~reciproc* – principiu de bază în relațiile internaționale contemporane care se referă la egalitatea suverană a statelor, de aici decurgând respectarea intereselor naționale și internaționale în ceea ce privește dezvoltarea de sine stătătoare. *sin.* câștig, folos, profit, favoare, înlesnire, privilegiu, folos, binefacere, superioritate. (A.T.)

Baleiaj – Deplasare comandată a unui spot pe ecranul unui tub catodic. (E.D.)

Bandă – 1. Grup primar format în vederea realizării unui scop (în general scopul este rău). Indivizi care comit crime, fapte rele prin cooperare. Termenul are un sens peiorativ şi se referă uneori nu numai la microgrupurile de delincvenţi, ci şi la cele care deţin un control ascuns într-o organizaţie. În interiorul bandei se desfăşoară o socializare negativă, caracterizată prin lipsă de adeziune la normele şi valorile social-mente dezirabile, prin încălcarea normelor sociale existente, prin organizarea unor acţiuni antisociale. În bandă se constituie o subcultură socială anomică, orientată în interior spre coeziune, organizare şi ascultare, iar în exterior spre agresivitate, violenţă, conflicte, crimă. Datorită efectelor asupra comunităţii, se consideră că multiplicarea sau simpla existenţă a bandei reprezintă un pericol social, având efecte dezintegratoare asupra comunităţii. (ex. *bandă de cartier*). **2.** (glumeţ) grup de prieteni care apar de obicei împreună. (A.T.).

BATNA – Alternativa cea mai bună la un non-acord, (BATNA – engl.: Best Alternative To A Negociated Agreement, concept introdus de Robert Fisher şi William Ury în lucrarea *„Drumul spre DA"*) semnifică cel mai bun lucru pe care îl poţi face dacă nu ajungi la o înţelegere în cadrul negocierii la care participi. De fapt, reprezintă elementul care îl face pe negociator să reziste presiunilor şi tentaţiilor de moment, împiedicându-l să se precipite. El are astfel o portiţă de scăpare care îi conferă un confort psihologic, pe care o poate împărtăşi coechipierilor. BATNA poate implica sacrificii, costuri sau mult efort. Alternativa perfectă la un non-acord (sin.: alternativa perfectă la un non-acord) – PATNA (Perfect Alternative To A Negociated Agreement) nu există! Dacă ar fi aşa, nimeni nu ar mai negocia şi ar alege direct BATNA! (E.B.)

Bătălie – Sumă de ciocniri între armate, între grupuri, cete armate

desfăşurate pe spaţii întinse în intervale de timp mai mult sau mai puţin îndelungat. În general, o ~ presupune angajarea în luptă a unor forţe importante. **2.** *fig.* Efort comun, de mari proporţii, făcut în vederea îndeplinirii unei acţiuni importante. *sin.* luptă, (rar) înfruntare, (fig. şi) ciocnire. (A.T.)

B.B.C. (British Broadcasting Corporation) – Serviciul public de radio şi televiziune britanic, creat în 1922. (E.D.)

Betacam – Cameră de reportaj care conţine un magnetoscop încorporat; se mai numeşte cameră video sau camescop; *handy cam.* (E.D.)

Betamax – Format video, pus la punct şi lansat în 1975 de firma japoneză Sony. Astăzi este din ce în ce mai puţin folosit. (E.D.)

Bidonaj – Termen utilizat în radio pentru a desemna simularea unui reportaj. (E.D.)

Bigotism – Fanatism religios generator de conflicte. *Comportare de bigot* = comportament extrem de religios, mărginit în credinţa sa, fanatic;

Acest tip de fanatism a generat numeroase *conflicte* în diferite epoci. (rar) bigoterie. *sin.* entuziasm orientat religios, habotnicie *(livr.)* fervoare. (A.T.)

Birocraţie – Mod de organizare destinat administrării unor resurse prin intermediul unui corp de persoane specializate (funcţionari), de regulă plasate într-o structură ierarhică şi dispunând de atribuţii, responsabilităţi şi proceduri strict definite. Birocraţia excesivă este generatoare de situaţii conflictuale. (A.T.)

Boicot – Încetarea oricărui tip de relaţii şi/sau interdicţie declarată împotriva unui individ, a unui grup social, a unui stat, prin care se stabileşte refuzul de a cumpăra, de a vinde sau de a întreţine orice fel de relaţii cu cei supuşi acestui procedeu. (A.T.)

Denumirea termenului provine de la numele căpitanului Charles Cunningham Boycott, arendaş pe domeniul lordului englez Erne. În secolul al XIX-lea pe domeniu care se afla în comitatul Mayo, în vestul Irlandei, ţăranii exploataţi la sânge de către Boycott au protestat într-un mod inedit. În acea perioadă (1878 -1880) „Liga agrarienilor" desfăşura o campanie condusă de Michael Davitt, intitulată „The Three F's" se referă la sloganul luptei lor: „Fair rent, Fixity of tenance and Free sale". Localnicii

au hotărât izolarea lui Boycott, astfel: vecinii nu-i vorbeau, nici un magazin nu îi vindea, la biserică nu stătea nimeni lângă el. Această campanie a devenit în presa britanică „o cauză celebră", ziarele au trimis corespondenți la fața locului pentru a relata dacă victimizarea țăranilor irlandezi era reală. Trad.: „Rentă corectă, chirie fixă și vânzare liberă".

Boicota – A exercita izolarea, a aplica acest mod de luptă, această sancțiune, a aplica un boicot. (A.T.)

Bruiaj – Perturbare în recepția undelor radar, de radio sau tv; poate să fie involuntară sau voluntară. Tot bruiaj este considerată acompanierea unei acțiuni de efecte sonore, element important în filme, piese radiofonice etc. (E.D.)

Buclă – Program circular, difuzat de mai multe ori în aceeași zi. (E.D.)

B.V.U. – Standard video profesional. (E.D.)

C

Camera-film – Cameră care utilizează un suport fizic - pelicula, de diferite formate:
- 35 mm (în industria cinematografică; permite obținerea unei definiții foarte fine a imaginii);
- 16 mm (camera cea mai utilizată în tv; mai mică și mai ușoară decât precedenta este folosită în reportaje);
- 8 mm (camera utilizată de amatori). (E.D.)

Canal – Bandă de frecvență rezervată unui canal tv pentru difuzarea emisiunilor sale. (E.D.)

Canal comunicațional – Reprezintă mijlocul sau calea prin care se transmite o *comunicare* de la emițător la receptor. *Comunicarea* directă este posibilă între doi sau mai mulți indivizi care se află față în față. Apariția unui *canal comunicațional* (telefon, radio, tv, film, teatru etc.) conduce imediat la mijlocirea comunicării și la apariția așa numitei comunicări indirecte; unii specialiști consideră însă comunicarea prin intermediul telefonului ca fiind comunicare directă.

În funcție de modalitățile de efectuare, precum și de finalitățile urmărite în *comunicare*, *canalele comunicaționale* permit fie schimbul confidențial de mesaje (telefonul, telexul, faxul, televiziunea cu circuit închis etc.), fie propagarea unei cauze sociale, politice sau religioase.
Mai multe *canale comunicaționale*, identice sau diferite, care transmit diverse *comunicări*, formează un lanț de comunicație sau o rețea de comunicație (comunicațională). (E.D.)

Clasificarea canalelor comunicaționale (după J.L. Aranguren)

- canale naturale de comunicare (între micro și macro grupuri);
- canale de comunicare secretă (între membrii diferitelor societăți secrete);
- canale artificiale de comunicare (mijloacele mass-media).

Canal de frecvență – Partea spectrului de frecvențe, între două limite specifice, utilizată pentru emisiunile radio. (E.D.)

Carismă – Tip de autoritate bazat pe recunoașterea calităților per-

sonale excepționale. Sociologul Max Weber a făcut analiza puterii charismatice. Sociologul german afirmă că acest tip de legitimitate se bazează pe încrederea în calitățile excepționale ale unui individ, fie că acesta este un sfânt sau un profet investit de grația divină, un șef militar care a dat dovadă de un eroism deosebit, sau de un politician care știe să mobilizeze masele. *Autoritatea c.* se menține atât timp cât persistă convingerea indivizilor în darurile excepționale (supraumane sau supranaturale) ale șefului. Ea se manifestă în situațiile de schimbare, în momentul când încearcă să se permanentizeze sau să acționeze cu o anumită continuitate, este obligată să ia în considerare probleme pe care nu este pregătită să le rezolve și, în consecință, este constrânsă să se transforme; fie să se raționalizeze, fie să devină o sursă a unei noi tradiții. În limbajul comun, personalitatea charismatică este asociată succesului în acțiunile care le întreprinde - carieră, politică, afaceri etc. (A.T.)

Carte – Paul Otlet definea *cartea,* în 1934, drept un suport de o anumită materie și dimensiune, eventual de un anume gen de pliere sau înfășurare, pe care sunt înscrise semne reprezentative ale unor date intelectuale. După trei decenii, UNESCO definea cartea ca o publicație nonperiodică, imprimată, care numără cel puțin 49 de pagini (minus coperțile), editată în țară (este vorba de țara care stabilește statisticile) și oferită publicului (atunci când publicul și-o poate procura fie plătindo, fie în mod gratuit). Spre deosebire de carte, tot în accepțiunea UNESCO, broșura este o publicație nonperiodică, conținând 5-48 pagini (în afara coperților), editată în țară și oferită publicului. Specialistul în sociologia literaturii, Robert Escarpit numea, în 1965, cartea ca fiind „instrumentul cel mai simplu, cu volum mic, conținut intelectual și formal de mare densitate". În 1986, Brian Freemantle definea cartea un instrument care desemnează în mod egal și suportul material al semnelor și conținutul vehiculat prin aceste semne, deci, cuprinde în același timp și semnificatul". (E.D.)

Cugetări despre cărți

- Nu există într-adevăr, decât o singură fericire pe lumea aceasta: aceea de a aduna cu drag cărți în timpul zilei și de a le citi în timpul nopții.

dintr-un papirus egiptean

- O casă fără cărți îmi pare un corp din care a plecat sufletul.

Cicero

- Nu te referi la cât de multe cărți, ci la câte cărți bune ai.

Seneca

- Citește acea carte despre care viața poate spune: "îmi aparține!"

Marțial

- Nici o carte nu e atât de proastă ca să nu folosească într-un chip oarecare.

Pliniu cel Tânăr

- Știți care sunt prietenii mei ? Sunt cărțile pe care le citesc.

Petrarca

- O carte personală este un prieten care te însoțește pretutindeni.

Ștefan Milcu

- Cartea este o oglindă a mântuirii omului, a sufletului său.

Corneliu Ștefanache

- Cartea este locul semnelor, casa cuvintelor, adăpostul umanului. Cartea e stabilitatea în sine, e siguranța și căldura căminului. Cartea e o oază liniștită, ce apare din când în când în mijlocul unei mari furnicări umane... Ne întoarcem la carte atunci când viața devine prea nesigură... Cartea este echivalentă cu timpul, cu forța universală. Liniște, siguranță, forță, cartea este semnul planului cosmic, al redevenirii, de a cărui realitate ne aducem aminte cu fiecare întoarcere la ea. Stabilitate în sine, cartea e Dumnezeu cuvântător, iar orice întoarcere la ea e o întoarcere la Dumnezeu, cel ce dă liniște, siguranță, forță.

Dan Preda

- Cărțile și revistele citite în copilărie sunt un fel de gene spirituale; ele transmit cititorului întreaga lor forță modelatoare, ființa lui morală constituindu-se uneori pentru toată viața în puncte de reper pentru idealurile sale, pentru felul în care înțelege omul și societatea, pentru modul său de a fi, de a gândi și de a acționa. Fără a le fetișiza, am putea spune că pentru mulți cititori ele echivalează cu a doua naștere. Multora le definește sau le schimbă chiar destinul. „Descoperirea fericită a unei cărți bune poate schimba destinul unui suflet" – scria Marcel Prevost, iar marele romantic Lamartine exclamase mult mai devreme în romanul său „Graziela": „Minunată puterea cărții a cărei lectură este un eveniment în viața unei inimi".

Ion Dodu Bălan

Cărți sacre ale omenirii

- Cartea morților sau Ieșirea la lumina zilei: pare să fi fost scrisă către anul 2000 î.n.Ch. (se știe că primele documente scrise aparțin egiptenilor, și anume inscripțiile din piramidele de la Gizeh, vechi de peste 5.000 de ani). Reprezintă prima scriere sacră egipteană, în care moartea este înțeleasă ca drum spre viața primordială nesfârșită; învingerea barierelor dintre viață și moarte, dintre viața reală și cea posibilă, dintre om și divin;

- Zendavesta este o culegere de imnuri adresate luminii, care întruchipează binele și adevărul, esența cunoașterii și voinței, a tuturor lucrurilor... Lumina dă omului posibilități de a alege. Dar lumina are și

opusul său, întunericul... Rostul fiecărui om este de a se păstra curat, căci aşa a fost creat şi de a răspândi curăţenie în jurul său. Zendavesta afirmă că omul se curăţa de sine prin sfinţenia gândirii, a cuvântului şi a faptei. Ce este gândul curat? Este cel care merge spre izvorul tuturor lucrurilor!... Ce este cuvântul curat? Este spiritul care exprimă revelaţia luminii ce trebuie să ne călăuzească pe noi toţi!;

- Vedele sunt cele mai vechi cărţi sfinte din lume, datând de cca. 4.000 de ani. Reprezintă texte sacre, cuprinzând un ansamblu de imnuri („veda" – poem liturgic absolut, viziune, cunoaştere absolută). Se cunosc un număr de patru vede: Rig-veda, Yadjur-veda, Sama-veda şi Atharva-veda. Mai sunt cunoscute Vedanta (sfârşitul Vedelor) şi Upanişadele (Teoria misterelor), care comentează învăţătura cuprinsă în vede. Cea mai veche dintre vede, Rig-veda este o colecţie de imnuri religioase şi aforisme, recitate în taină de preoţi (brahmani), cu prilejul ritualului religios. Mesajul profund care se dezvăluie în imnurile vedice este că există o unitate intrinsecă între viaţă, om, natură şi divin.

după dr. Nicolae Vinţanu, în Biblioteca, an I, nr. 11-12, 1990, p.44 şi an II, nr. 1-2-3, 1991, p. 46

CATV – Termen generic pentru a desemna televiziunea prin cablu. În 1975, în SUA, Home Box Office devine pionierul televiziunii prin cablu. Ţările europene se angajează şi ele în „aventura teledistribuţiei", înregistrând la sfârşitul deceniului trecut următoarele procente de „cablare": 91% - Belgia, 85% - Olanda, 60% - Norvegia, 50% - Danemarca, 37% - Germania. (E.D.)

Categorie socio-profesională – Grupare a unor ocupaţii relativ omogene în raport cu anumite criterii: nivelul de instrucţie, tipul de activitate, poziţia în cadrul diviziunii sociale a muncii şi a structurilor de putere, prestigiu, venit etc. Pot apărea conflicte între diferite categorii socio-profesionale/sau chiar în interiorul categoriei. (A.T.)

Cauzalitate socială – Categorie fundamentală a determinismului social care desemnează relaţiile de provocare şi/sau producere a unor fenomene, fapte sau evenimente sociale. Provocarea se poate manifesta atât în forma schimbării, prin apariţia de variaţii într-un sistem, cât şi a conservării, prin continuitatea unor invarianţi structurali ai sistemului. Specificarea unei relaţii cauzale presupune identificarea cauzei, a asimetriei dintre cauză şi efect şi a factorilor contin-

genți sau a condițiilor în care relația se constituie. (A.T.)

CBS (Columbia Broadcasting System) – Rețea americană fondată în 1927 prin regruparea a 16 stații de radio independente. În 1990 poseda cca. 200 posturi independente. (E.D.)

Ceartă – Schimb de cuvinte dure între două sau mai multe persoane; *sin.*: gâlceavă; sfadă; neînțelegere. Prin extensie și: discordie; dușmănie; ură. (A.T.)

Ceartă a universaliilor – Dispută în legătură cu semnificația termenilor generali utilizați de oameni, apărută în condițiile în care lipsea o teorie generală asupra *limbajului,* ceea ce a făcut să se nască diferite orientări nominaliste, conceptualiste (operaționale), realiste (empiriste).

Filosoful scolastic Raymondus Lullus a scris despre automatizarea și mecanizarea proceselor de vorbire; Francis Bacon, filosof materialist englez, a utilizat celebra lui metodă inductivă în explicarea evoluției limbii, iar francezul Charles de Brosses a publicat în 1765 lucrarea: „Formarea mecanică a limbilor și principiile fizice ale etimologiei". În secolele al XIX-lea și al XX-lea, școala psihanalitică (S. Freud, J. Lacane) a susținut că simbolismul individual inconștient se traduce într-un limbaj socializat și conștient, iar *linguistic turn* (cotitura lingvistică) înregistrată în științele socio-umane a arătat că totul se reduce la analiza lingvistică. (E.D.)

Cedare – Renunțare la o pretenție; a nu se mai împotrivi; a da dreptate într-o discuție. *(E.B.)*

Cinematograf – Mijlocul de expresie cel mai important al epocii noastre, care caută să atingă elemente până acum neexplicate ale vieții noastre și al cărui exemplu este urmat și de celelalte arte (J. Duvignaud).

Printre cele mai interesante concluzii ale studiilor referitoare la film și cinematograf citām:

- A. Gemelli - libertatea de interpretare este esențială în film;
- Morin - explică pasivitatea activă prin schimbările bilaterale dintre real și imaginar. Este cel care teoretizează complexul PIT (proiectare-identificare-transfer), pornind de la eliberarea psihică (Rene Zazzo) și trăirea imaginară (A. Glucksman);
- J. Huizinga – omul înțelept este un om care se joacă (homo ludens);
- J. Dumazedier – motivele care conduc spectatorii la cinema sau

teatru sunt: informarea, pasiunea, plăcerea.
Încercând să elaboreze un «Program pentru o sociologie a artelor», Pierre Francastel propune studierea și analizarea:
a) grupurilor creatoare și consumatoare de opere;
b) caracteristicilor sociale ale obiectelor artistice create;
c) mijloacelor de expresie folosite – inventarul elementelor utilizate pentru materializarea schemelor de gândire proprii artei;
d) modurilor de prezentare: film, teatru, dans, costume, muzee, stampe etc.;
e) semnelor și simbolurilor ca sisteme expresive ale unei perioade date. (E.D.)

Civilizație – Nivel de dezvoltare materială și spirituală a societății dintr-o epocă dată, a unui popor, a unui stat; stadiu evoluat al culturii (materială sau/și spirituală) caracterizat printr-un grad mare de complexitate; nivel înalt de dezvoltare a unei societăți. Civilizația poate cuprinde mai multe culturi! (A.T.)

Clasă socială – Formă de stratificare în care apartenența la diferite grupuri sociale și relațiile dintre acestea sunt determinate în primul rând de criterii economice. În istorie sunt nenumărate exemple de conflicte între clase sociale diferite. (A.T.)

Climat de negociere – Ambianța socială și morală ce se creează într-o negociere; stare de spirit.
Termenul de climat este înlocuit de François Allaire cu termenul de trăire imediată, care are avantajul că se referă direct la realitatea existențială a persoanelor. El subliniază avantajos localizarea în persoană a acestui climat și astfel se poate îndrepta mai direct atenția către trăire decât către un fenomen anonim cum este climatul. (E.B.)

Climat psiho-social – Concept utilizat de psihosociologie pentru a desemna starea de spirit a unui grup social. Spre exemplu, într-o organizație (întreprinderea industrială), climatul psiho - social al unui grup de muncă se constituie ca o rezultantă a interacțiunilor cu caracter preferențial, a atitudinii membrilor față de munca depusă și profesie, a profilului motivațional, a coeziunii, a performanțelor obținute, acțiunilor exercitate de mediul înglobant (departament, atelier, secție etc.), a gradului de satisfacere a aspirațiilor etc. Un anumit tip de climat psihosocial poate genera o multitudine de conflicte. (A.T.)

CNN (Cable News Network) – În 1983, Ted Turner, pe numele său adevărat Robert Eduard Turner III, transmitea programe de publicitate prin intermediul televiziunii prin cablu. La 19 iunie 1989, Turner creează CNN, prima rețea din lume care difuzează *informații* 24 de ore din 24. Cca. 50 milioane de telespectatori, din aproape 100 țări ale lumii urmăresc zilnic programele *CNN* și ale TBS (Turner Broadcasting Sistem). (E.D.)

Gigantul mass media – Ted Turner

Colecția de videocasete ale lui Ted Turner cuprinde cca. 10.000 de bucăți, iar în 1992 a cumpărat societatea Hanna & Barbera, achiziționând cca. jumătate din filmele artistice produse în SUA. La 1 iunie 1994 a semnat un contract cu grupul Havas (Franța), pentru crearea unei societăți specializate în crearea de jocuri video și programe multimedia. Iată cum îl prezintă Alvin Tofler în lucrarea sa „Era noilor puteri": „Turner este unic. Frumos, cu vocea răgușită, nostim, capricios, el posedă o crescătorie de bizoni, echipa de baseball Atlanta Braves, o filmotecă. Partizan feroce al economiei de piață, el a militat mult timp pentru pace, înainte de a avea o legătură foarte mediatizată cu Jane Fonda, lansând «Jocurile Prieteniei» la Moscova, într-o vreme în care trebuia să ai un mare curaj politic și financiar pentru a face un asemenea lucru".

Cod – Mijloc de expresie lingvistică, para și extralingvistică. P. Guiraud ne oferă următoarea clasificare a codurilor de semnificare:

A. Coduri logice:

1) paralingvistice (relații, substituenți și auxiliari ai limbajului):

a) prozodice - utilizează variații ale înălțimii, cantității și intensității vorbei articulate;

b) kinezice - gesturi și mimică;

c) proxemice - utilizează spațiul dintre emițător și receptor;

2) practice (compuse din semnale);

3) epistemologice (algoritmi, clasificări);

4) tip "gândire sălbatică" (mantici astrologice, carto, chiro și oniromantice);

B. Coduri sociale:

1) semne de identitate (indică apartenența individului la un grup social sau economic, profesional sau instituțional, cultural sau etnic):

a) arme, pavilioane, totemuri;

b) uniforme;

c) însemne și decorații;

d) tatuaje, machiaje, coafuri;

e) nume și supranume (porecle);

f) mărci de fabrică;

g) steaguri;

2) semne de politețe: tonul vocii, saluturi, formule de politețe, injurii;

3) coduri de protocol: ritualuri, modă, jocuri. (E.D.)

Cod de comunicare – Vezi Limbaj de comunicare. (E.D.)

Codaj culoare – Operaţiune care constă în transcrierea semnalelor RVA (roşu, verde şi albastru) într-o suită de caractere, pentru a-i facilita exploatarea. (E.D.)

Condiţii pentru angajarea în negociere – Fapte, împrejurări de care depinde iniţierea unui proces de negociere.

Putem deosebi: **1.** condiţii de bază pentru iniţierea negocier*ii:* existenţa unor interdependenţe, interese comune sau a unui proiect comun între părţi; existenţa unor divergenţe, în lipsa cărora am avea de-a face cu un consens; posibilitatea schimbului de valori între părţi; posibilitatea ajungerii la un acord reciproc avantajos şi, **2.** condiţii suplimentare pentru angajarea în negociere: problema să nu poată fi rezolvată prin voinţa sau acţiunea uneia dintre părţi; existenţa intenţiei şi voinţei părţilor de a negocia; fiecare dintre părţi să deţină valori care pot fi oferite la schimb; negocierea să nu afecteze interesele pe termen lung; existenţa unei repartiţii echilibrate a puterii între părţile care negociază. (E.B.)

Coerciţie – (*lat. coercitio, «spaţiu restrâns»; «înfrânare»*), constrângere, prescriere a modelelor de comportament şi acţiune prin intervenţie directă sau normativă. Coerciţia poate fi de natură: a) morală (apreciere, încurajare, blamare); b) economică (de ex.: caracterul coercitiv al sărăciei sau al lipsei de calificare pentru mobilitatea socială); c) socială (de ex.: caracterul coercitiv al relaţiilor de familie sau al normelor de grup). (A.T.)

Colaborare – Acţiunea de a colabora şi rezultatul ei. *sin.* cooperare, conlucrare. (A.T.)

Compensare – Evitarea, corectarea, înlăturarea sau balansarea unor tendinţe sau stări negative dintr-un sistem (personalitate, grup, organizaţie, comunitate) în vederea restabilirii echilibrului şi/sau pentru atingerea unor standarde superioare de funcţionare, în funcţie de domeniul de manifestare, se disting mai multe forme de compensare: financiară (plata unor bunuri, servicii, sacrificii sau pierderi); biologică (reacţia de evitare, ameliorarea sau balansarea unor defecte, nevoi, tensiuni sau frustrări în vederea restabilirii echilibrului organic în mod direct sau prin solicitarea altui organ); psihologică (menţinerea echilibrului mental şi emoţional prin corectarea

unor discompensatorii, adică variații sau fluctuații pozitive sau negative ce tind să se autoanuleze pe termen lung sau să se încadreze într-o tendință spre echilibrare. *sin.* echilibrare, despăgubire. (A.T.)

Competiție – Formă a interacțiunii dintre persoane, grupuri, unități populaționale mari (inclusiv state și uniuni interstatale), constând din eforturile acestora de a atinge un scop (a avea un beneficiu) care este indivizibil sau despre care se crede că este ca atare, în competiție actorii implicați sunt preocupați de obținerea rezultatului dorit și mai puțin de caracteristicile și comportamentul rivalilor. De altfel, privită dintr-o perspectivă sociologică mai largă, competiția nu presupune întotdeauna conștiința existenței concurenților sau a opoziției față de ei, și, în tot cazul, nu presupune elaborarea de strategii din partea competitorului care să limiteze acțiunile celorlalți competitori. C. se deosebește clar de conflict, deși uneori poate degenera în conflict și violență. K. Davis (Human Society, 1949) remarcă, în acest sens, cum competiția funcționează după „...reguli ale jocului cărora competitorii trebuie să se conformeze și că în spatele acestor reguli, justificându-le și menținându-le, se găsește un set de valori superioare intereselor pentru care se intră în competiție... Regulile competiției limitează mijloacele ce pot fi utilizate. ...Când competiția încalcă aceste reguli se transformă ea însăși în conflict»; în orice grup și societate există competiție directă sau indirectă, personală sau impersonală, spontană sau conștientă, după cum sunt prezente și norme și reguli formale sau informale, scrise sau nescrise, după care ea se desfășoară. Conținutul și sfera noțiunii de competiție se intersectează extrem de mult cu ale celei de concurență și nu de puține ori cele două noțiuni se utilizează ca echivalente. Deosebirile sunt de nuanță și accent: am putea spune că competiția este, preponderent, o concurență de mai mică intensitate și cu un coeficient mai redus de rivalitate și conștiință a opoziției. Din acest punct de vedere, o scală a relațiilor dintre actorii sociali s-ar prezenta astfel: cooperare – competiție - concurență-conflict. *sin.* concurs. (A.T.)

Complot – Înțelegere secretă a câtorva persoane care uneltesc o acțiune împotriva unei persoane, a unui stat. *sin.* conjurație, conspirație, intrigă, mașinație, uneltire; *fig.* lucrătură, urzeală. (A.T.)

Comportament – 1. Ansamblul manifestărilor obiective ale animalelor şi ale oamenilor prin care se exteriorizează viaţa psihică. **2.** Modalitate de a acţiona în anumite împrejurări sau situaţii; *sin.* conduită, purtare, comportare. (A.T.)

Compromis – 1. Înţelegere, acord bazat pe cedări reciproce; concesie. (DR.) Înţelegere între două sau mai multe persoane sau state de a supune unui arbitru rezolvarea litigiului dintre ele. **2.** Modalitate de rezolvare a unor tensiuni şi conflicte, de realizare a consensului, în condiţii de diversitate de interese şi/sau puncte de vedere, caracterizată prin faptul că soluţia adoptată este rezultatul unor cedări reciproce, minimizându-se astfel conflictul şi promovând cooperarea. Compromisul se opune utilizării excesive a coerciţiei, a forţei pentru a impune interesele unei părţi în detrimentul celorlalte; în acest fel, se evită situaţiile conflictuale latente sau manifeste, crescând stabilitatea sistemului prin realizarea unui anumit echilibru între părţi. Realizarea compromisului presupune: a) conştientizarea reciprocă a intereselor şi exigenţelor; b) căutarea unor soluţii care să maximizeze convergenţa intereselor, să satisfacă, pe cât posibil toate interesele aflate în joc. Compromisul nu reprezintă pur şi simplu o soluţie care să satisfacă în egală măsură toate părţile, ci tinde mereu să favorizeze o parte sau alta, în conformitate cu puterea relativă a fiecăreia dintre ele. În orice proces de negociere a unui compromis vom găsi de aceea inevitabil şi manifestări ale puterii fiecărei părţi, încercări de intimidare şi manipulare reciprocă. Evitând blocarea deciziei sau conflictul destructiv între părţi, compromisul are un rol pozitiv important în dinamica sistemelor sociale. Există însă şi situaţii în care compromisul are mai degrabă consecinţe negative: a) când soluţia adoptată creează un sistem instabil, în perspectivă, care va duce la agravarea tensiunilor şi conflictelor; b) când forţează o parte să accepte, sub presiunea forţei, o soluţie care structural o dezavantajează şi c) când soluţia la problemă este determinată prin jocul şi compromisul dintre interesele secundare, particulare, în locul considerării interesului general. (ex. Conducerea unei întreprinderi poate adopta la o problemă o soluţie care reflectă compromisul intereselor particulare ale diferiţilor participanţi – interese de prestigiu, de putere, de

poziție și nu obiectivele, interesele generale ale întreprinderii. Aceste cazuri negative de compromis sunt adesea desemnate prin termenul de compromis de principii, pentru că nu sunt respectate principiile fundamentale care garantează corectitudinea soluției. *adj.* Cu reputația pătată, discreditat. (A.T.)

Comunicare – Încercarea de a stabili o comunitate cu cineva, de a pune în comun informații, idei, atitudini, de a le asocia, raporta sau de a stabili legături între ele. Wilbur Schram înțelege prin *comunicare* procesul stabilirii unei comuniuni sau identități de reflecții, idei, concepții între emițătorul mesajului și receptorul mesajului prin intermediul unui canal de comunicație. Conceptul provine de la termenul latin «comunis» = comun.

Este un termen de bază în sociologie și psihologie socială, unde se utilizează în diferite accepțiuni:

a) procesul prin care individualitățile observă stimulii și reacționează în grade diferite la perceperea lor;

b) mecanismul prin care relațiile umane există și se dezvoltă;

c) toate simbolurile gândirii, împreună cu mijloacele de propagare și conservare a lor;

d) *comunicare* socială, definită fie ca expresie generală pentru a desemna toate formele de relații sociale în care există o participare conștientă a indivizilor și grupurilor, fie ca raporturi interpersonale comportând o comuniune sau fuziune a conștiințelor (*comunicare* interpersonală).

Comunicarea presupune un emițător (E) numit și sursă de comunicare, un *mesaj* (M) sau un *repertoriu de mesaje* (Rm) ce se transmit prin intermediul unui *canal comunicațional* (C), către un receptor (R), numit și destinatar, *audiență* sau *public*, respectiv cel ce primește *mesajul.*

Caracteristicile și clasificările *comunicării*

O *comunicare* între două persoane este completă atunci când acestea înțeleg două semnale în același fel, deci atunci când fac apel la același sistem de decodificare.

Mai multe persoane care comunică formează un lanț de comunicare sau o rețea de comunicare.

Orice *comunicare* poate decurge direct (nemijlocit, natural) între E și R sau indirect (mijlocit, artificial) prin intermediul mijloacelor sau mediilor comunicaționale.

Comunicarea reprezintă un câmp al interdependențelor. Toți factorii care concură la realizarea ei o pot

influența în câmpul comunicațional creat.

Comunicarea este deci un proces complex, ai cărui factori se intercondiționează reciproc. Pot fi imaginate trei modele ale *comunicării*: liniar (*comunicarea* este unidirecțională); interacțional (*comunicare* bidirecțională) și tranzacțional (*emițatorul* și *receptorul mesajului* joacă roluri permutabile, alternante pe toată durata *comunicării*).

Comunicarea poate fi:

a) directă sau indirectă;

b) unilaterală sau reciprocă;

c) privată sau publică.

Combinarea tipurilor de *comunicare* de la a) și b) poate da naștere alte patru forme de *comunicare* – cele mai întâlnite de altfel:

1) reciprocă directă (față în față);

2) reciprocă indirectă sau interactivă (prin intermediul radio-ului, telefonului);

3) unilaterală directă (într-o conferință);

4) unilaterală indirectă (prin intermediul discului, filmului, scrisorii).

După tipurile de activități umane, J.L. Aranguren deosebește *comunicare*: obișnuită (comună), științifică și/sau tehnică, de noutăți (informații), publicitară, pedagogică, estetică (artistică), socială, economică, politică, religioasă etc. (E.D.)

Comunicare de grup – Reprezintă una din cele mai des întâlnite forme de *comunicare*. Ca atare, diverși cercetători i-au acordat o deosebită atenție. Încă din 1948, Bavelas a propus un model matematic pentru înțelegerea structurii de *comunicare* în grup, subliniind că toate fenomenele vieții de grup sunt direct și unic determinate de diversele proprietăți ale rețelei de *comunicare*. Proprietățile rețelei de *comunicare* nu determină aspectele activității de grup decât în funcție de natura acestei activități.

În 1950, Leon Festinger și colaboratorii au studiat procesul de *comunicare* în grup în interacțiune cu alte procese psihologice și sociologice complexe. Între 1951 și 1953, Robert F. Bales și colaboratorii săi au identificat structurile de *comunicare* dezvoltate spontan în grup (lanț de *comunicare*, diadă, triadă, pentadă, stea, în Y etc.).Gordon Allport a descris, ulterior, fenomenele de facilitare informațională și polarizare informațională.

În țara noastră, dintre cercetătorii care au studiat cu succes acest tip de comunicare umană, îl putem cita pe Corneliu Mircea. (E.D.)

Comunicare de masă – Se adresează mai multor indivizi fiind o *comuni-*

care publică. După Gina Stoiciu, reprezintă un caz particular (cu caracteristici proprii) al *comunicării* umane, care poate fi raportată prin analiza *canalelor comunicaționale*, a tipurilor de conținuturi difuzate, a *limbajelor de comunicare* specifice, precum și a modului de receptare; reprezintă un transfer de *informație*, prin intermediul unui *mesaj* și cu ajutorul unui *canal de comunicație*; ea facilitează atât circulația socială a *informației*, cât și blocarea, denaturarea și standardizarea ei; este un proces care se realizează prin intermediul unor mijloace tehnice de *comunicație în masă* sau mijloace mass-media. Ele permit și înlesnesc efectuarea *comunicației de masă*; poate fi inclusă printre cele mai redutabile și eficiente narcotice sociale, a căror influență este studiată de sociologia propagandei. Astfel, *comunicarea de masă* funcționează ca un agent de întărire a valorilor și atitudinilor existente. În cazul *comunicării de masă*, același *emițător* dispune de posibilități de transmitere a aceluiași *mesaj* la un număr foarte mare de *receptori* potențiali. Aceste posibilități sunt oferite de mijloace tehnice de *comunicație de masă* (mass-media), respectiv presă, radio și televiziune. (E.D.)

Comunicare empatică – H. Pieron o numește «o specie de *comunicare* afectivă prin care cineva se identifică cu altcineva, măsurându-și sentimentele», iar N. Sillamy – «un fenomen de rezonanță psihică, de *comunicare* afectivă cu altul». Vezi și *empatie*. (E.D.)

Comunicare verbală sau orală – După Abraham Moles, *mesajele* transmise pot fi: a) sonore, constând în vorbire (*limbajul* oamenilor), muzică (*limbajul* senzațiilor) și zgomote (*limbajul* lucrurilor); b) vizuale, manifestate în *simboluri* ale textului, *mesaje* ale acestor *simboluri*, precum și *mesaje* artistice. Elementul esențial, indispensabil, hotărâtor pentru efectuarea unei *comunicări verbale* îl constituie *cuvântul*. (E.D.)

Comunicație – Semnifică transmiterea unor idei, informații, atitudini, sentimente prin intermediul unui *canal de comunicație* (comunicațional), deci mijlocit. În 1962 englezul Raymond Williams propunea în lucrarea sa «Comunicațiile» acest termen fără să-l separe de fenomenul de *comunicare* (transmitere directă, nemijlocită). Francezul Paul Foulquie înțelege prin *comunicație* un «ansamblu de procedee (presă periodică, afișe, cinema, radio, tv) care difuzează

informații pentru marele *public*, acționând asupra opiniilor acestuia și determinându-i unele din comportamente».
Activitățile de *comunicație* cuprind aspectele tehnice, referitoare la mijloacele de transmitere propriu-zisă a *comunicării*. (E.D.)

Comunicație de masă – Ansamblu de fenomene culturale inseparabile de civilizația tehnicistă: marea presă (cotidiană și săptămânală), revistele ilustrate, radiodifuziunea, cinematograful, discurile, televiziunea, publicitatea - această listă e departe de a fi exaustivă (George Friedmann). (E.D.)

Concilia – **1.** A înlătura divergențele, contradicțiile dintre două sau mai multe păreri, idei, doctrine. *sin.* a pune de acord, a împăca. **2.** A încerca aplanarea sau evitarea unui litigiu prin împăcarea părților. (A.T.)

Conciliator – Care ține spre un acord, spre o împăcare, spre aplanarea a unor neînțelegeri; care duce spre înțelegere între părți opuse, (în politică, în lupta dintre părțile unui conflict) care în fața unor divergențe de ordin principial, caută o soluție de compromis, o linie de mijloc, uneori oportunistă. (A.T.)

Conciliere – Împăcare, conciliație, unire, acord. – *c. internațională* – mijloc de rezolvare pașnică a diferendelor dintre state, conform propunerilor făcute de o comisie a cărei organizare, componență și mod de lucru sunt stabilite prin acordul părților. (A.T.)

Conflict – Etimologia termenului derivă din latinescul *„conflictus"*, care înseamnă „a ține împreună cu forță». **1.** Neînțelegere, ciocnire de interese, dezacord; antagonism; ceartă, diferend, discuție (violență). A intra în *conflict* cu cineva – a se certa cu cineva. ~ *de frontiera* – ciocnire între unități militare însărcinate cu paza frontierei între două state. ~ *internațional* – diferent între două sau mai multe state. ~. *armat* – ciocnire între forțele armate ale unor state. **2.** Opoziție deschisă, luptă între indivizi, grupuri, clase sociale, partide, comunități, state cu interese economice, politice, religioase, etnice, rasiale, divergente sau incompatibile, cu efecte distructive asupra interacțiunii sociale. *Conflictul* reprezintă interacțiunea indivizilor (grupurilor), care percep ca incompatibile scopuri, intenții, valori, interese, atunci când acțiunile lor se interferează pentru realizarea obiectivelor propuse. *Conflictul* rezultă din

pluralismul intereselor, aspirațiilor, așteptărilor, respectiv din opțiunile divergente. Adesea, *conflictele* sunt legate de lupta pentru putere și de resursele limitate. Cauzele *conflictului* pot fi de diferite tipuri: inegalități și discriminări sociale, acceptarea și referirea la valori diferite, incapacitatea părților de a ajunge la un compromis reciproc acceptat, legat de poziția lor în societate, competiția pentru controlul resurselor finite, acces competițional la oportunități crescute, dorința de dominare, de putere, de prestigiu.

Teoriile *conflictului* caută să explice:

- cauzele manifeste și potențiale ale acestuia;
- căile de evoluție ale conflictelor și posibilitățile de soluționare a lui;
- efectele directe și indirecte, funcțiile și disfuncțiile sale, în procesul de funcționare și schimbare a sistemelor sociale;
- tipurile și aria de cuprindere;
- instituționalizarea *conflictelor*;
- managementul *conflictelor*, procesele de *negociere* și atingerea „păcii sociale";
- menținerea ordinii sociale, în ciuda marilor inegalități dintre părți și a deosebirilor de interese;
- rolul *conflictelor* în procesele dinamicii de grup.

Interesul pentru studiul *conflictelor* a apărut o dată cu primele reflecții filosofico-sociale și istorice (Tucidide), regăsindu-se apoi ca o preocupare majoră în literatura sociologică, politologică, psiho-sociologică. Ca teoreticieni consacrați în analiza *conflictelor*, contradicțiilor sociale, ale puterii și divergențelor de interese sociale pot fi amintiți: Nicocolo Machiavelli, Thomas Hobbes, Emile Durkheim, Karl Marx, Max Weber, Ralph Dahrendorf, David Lockwood, Georg Simmel, Lewis Coser, Talcott Parsons, J. R. P. French, Goldman Schlenker, Johnson Pruitt etc. Un loc aparte în teoriile asupra *conflictelor* îl are teoria socială a lui K. Marx privind contradicțiile sistemului social, lupta de clasă, rolul interesului economic în *conflicte*. Multe din teoriile occidentale asupra *conflictului* sunt influențate de marxism. Anii '60 ai secolului trecut s-au caracterizat printr-o dispută aprinsă între noile teorii asupra *conflictului*, care subliniau rolul productiv al acestuia pentru schimbarea socială, și abordările structural-funcționaliste (al căror prim reprezentant a fost T. Parsons), care accentuau coerența sistemelor sociale, *consensul*, considerând *conflictul* – mai

degrabă o patologie a sistemului respectiv. Teoriile structural-funcționaliste erau acuzate a privi conflictul doar din perspectiva funcției lui negative, ca fenomen marginal, având ca rol doar perturbarea armoniei întregului. Noile teorii, pornind de la inevitabilitatea pluralității intereselor, consideră abordarea constructivă a *conflictului* ca exprimând esența *democrației*; în fapt, asumarea *conflictului* reprezintă, pentru sistemul social, un indicator al caracterului său democratic. Pluralismul puterii, competiția programelor, proiectele alternative de schimbare socială, procesele electorale competitive, procedurile de *negociere*, conciliere și arbitraj sunt caracteristici ale sistemelor sociale complexe, modalități de menținere a ordinii sociale. Tipurile distincte de *conflict* social depind de: caracterul, structura și specificul părților aflate în *conflict*; natura scopurilor fixate de acestea; mijloacele utilizate pe parcursul evoluției *conflictului*.

Conflictul poate îmbrăca în funcție de efecte, două aspecte: *conflict negativ*, respectiv *conflict pozitiv*. (A.T.)

Conflict de interese – *Conflict* ce se naște în situația în care un funcționar public are un interes personal, de natură să influențeze sau să pară a influența asupra exercitării imparțiale și obiective funcțiilor sale publice. Interesul personal al funcționarului public cuprinde orice avantaj pentru el însuși sau în favoarea familiei sale, a părinților, prietenilor sau persoanelor apropiate, sau persoanelor sau organizațiilor cu care el a avut relații de afaceri sau politice. El cuprinde de asemenea orice obligație financiară sau civilă la care este constrâns funcționarul public (sursa: Recomandarea nr.10/ 2000 a Comitetului Miniștrilor Consiliului Europei, art.13, paragrafele 1-3. La adresa: http://crj.ro_fileds_ AnalizaMedia.pdf se pot găsi *informații* care reflectă cazuri de *conflict de interese* si incompatibilitate din presa scrisa locală; această analiză este realizată de Agenția de Monitorizare a Presei în perioada august–octombrie 2004. (A.T.)

Conflict negativ – *Conflict* cu efecte neproductive, neplăcute, costisitoare și chiar dramatice datorită pagubelor și chiar pierderilor, care sunt asociate: afectarea moralului, afectarea psihicului, stres, anxietate, frustrare, diminuarea atenției și capacității de concentrare, insatisfacție profe-

sională, pierderea încrederii în sine şi/sau în parteneri, scade comunicarea, cresc rezistenţa la schimbare, conservarea rutinei, pot produce accidente şi chiar victime etc. (A.T.)

Conflict pozitiv – *Conflict* care produce prin natura sa efecte profitabile, precum: de catalizator al schimbării; de stimulator al creativităţii; creşte implicarea şi interacţiunea membrilor grupului; poate ridica nivelul de înţelegere a problemelor, poate stimula generarea de alternative în luarea deciziilor, poate duce la stabilirea identităţii grupului, creşterea coeziunii interne a unui grup, creşterea loialităţii faţă de grup, înviorează atmosfera, poate furniza *informaţii* asupra problemelor ascunse conducând la evitarea altor conflicte, poate îmbunătăţi relaţiile între indivizi, poate conduce la descoperirea unor potenţe nevalorificate în condiţii obişnuite.
Un *conflict pozitiv* poate face ca organizaţiile să-şi reexamineze strategiile, să-şi schimbe obiectivele şi să-şi refacă lista de priorităţi. (A.T.)

Conformare – Adaptarea unei persoane la norma sau sistemul de norme proprii unui grup social, instituţiei sau organizaţiei din care face parte; încadrarea comportamentelor de rol în modelele recunoscute şi consacrate grupal şi/sau social. Aşa cum în cadrul oricărui grup social se cristalizează şi funcţionează norme, tot astfel se dezvoltă presiuni spre conformare la ele. Astfel de presiuni influenţează modul de gândire şi comportamentele, cel mai adesea fără ca actorii să fie conştienţi de existenţa lor. Indivizii se conformează normelor unei societăţi pentru că ei realizează că, dacă nu o fac, riscă să fie pedepsiţi, în timp ce conformarea le aduce recompense. Acela care încalcă normele se întâlneşte cu antipatia, ostilitatea, bârfa şi chiar ostracizarea. Cel care se conformează obţine preţuire, popularitate, prestigiu şi ceilalţi îl definesc social ca pe un om „bun". Hipertrofierea conformării duce la conformism. Din această categorie face parte şi conformarea totalitară. Aceasta se caracterizează prin supunerea oarbă, necondiţionată a persoanelor la normele instituţiei, grupului sau societăţii. Este asigurată prin constrângere strictă şi este prezentă în ceea ce Erving Goffman a numit instituţii totale (închisoarea, spitale de boli mentale, unităţi militare, lagăre de concentrare), în formă extinsă, uneori la scara întregii societăţi,

se manifestă în regimurile totalitare. *sin.* a asculta, a se supune, a urma. (A.T.)

Confrunta – A pune față în față două sau mai multe persoane pentru a verifica adevărul spuselor lor. 2. A compara mai multe obiecte, fenomene, rezultate etc. pentru a le verifica sau compara. *sin.* compara, întâlni. (A.T.)

Confruntare – Acțiunea de a confrunta și rezultatul ei; *sin.* comparare. (A.T.)

Confuzie – Faptul de a confunda; încurcătură; lipsa de orientare (în diverse probleme). *sin.* încurcătură, neclaritate, nelămurire. (A.T.)

Consens – Înțelegere, acord, identitate de păreri. Concordanță a punctelor de vedere ale membrilor unui grup sau ai unei colectivități, asupra estimării realității, a normelor și valorilor, cât și a obiectivelor și mijloacelor ce urmează a le guverna activitatea. În opoziție, Dissensul reprezintă lipsa de acord, discordanța punctelor de vedere. Dacă *consensul* reprezintă baza activității comune, a cooperării eficace, *dissensul* este sursa tensiunilor și *conflictelor*, a blocării activității colective. *Consensul/dissensul* prezintă grade: a. câți membri sunt de acord cu un anumit punct de vedere, câți nu sunt de acord, câți nu au opinie cristalizată; b. în ce grad este acceptată o estimare – în totalitate, cu entuziasm, parțial, cu îndoială. *Consensul* reprezintă o condiție esențială a vieții sociale. Există o serie de tehnici sociale de realizare a *consensului*, în funcție de sursele *dissensului*. Astfel avem:

a. convingere, influență – se realizează prin comunicare, în condiții de divergență de interese; această tehnică tinde să ia forma *manipulării* ideologice, a mistificării, a inducerii în eroare;

b. tehnici convenționale de decizie în condiții de *dissens* actual sau potențial – votul sau delegarea autorității;

c. negocierea, folosită în condițiile *divergenței* de interese. Ea are drept obiectiv găsirea unei soluții acceptabile pentru toate părțile (*compromisul*), fiecare renunțând într-o oarecare măsură la exigențele sale pentru a evita starea de *dissens* și de conflict. *Negocierea* include câteva elemente importante: cunoașterea reciprocă a punctelor de vedere și a intereselor; încercarea de *manipulare* reciprocă prin intermediul propagandei, a ideologiei; informarea reciprocă asupra

puterii fiecăruia şi a intenţiilor de acţiune în caz de realizare sau nu a *consensului*; examinarea variatelor soluţii de compromis. *Negocierea* este deci o îmbinare a convingerii, cu ameninţarea exercitării puterii. Ca rezultat, părţile vor adopta o soluţie care, deşi prezintă şi dezavantaje, are meritul de a fi acceptată de toţi, evitându-se în consecinţă conflictul. *Negocierea* duce, deci, la o decizie de compromis, fondată pe un anumit grad de *consens*.

Din punct de vedere sociologic, *consensul* înseamnă acceptarea ordinii sociale, dar şi adeziune. Atitudinea unui grup particular într-o anumită problemă, la un moment dat, presupune adeziunea sa la normele pe care ansamblul social i le propune în acel context. Sociologia are în vedere echilibrul posibil între *consens* şi *dissens*, evaluând factorii de echilibru, cei de dezechilibru şi raportul lor care poate crea situaţii de criză.

Democraţia reprezintă, un instrument social fundamental, de realizare a *consensului*, atât prin convingere şi influenţă, cât şi prin *negociere*. Alternativa realizării *consensului* este fie dezorganizarea sistemului social prin *conflicte*, fie impunerea punctului de vedere al unei părţi prin forţă – coerciţie – fapt care creează un *conflict* latent, ce poate izbucni în condiţii favorabile sau o stare de apatie, alienare, pasivitate. *Consensul* poate avea loc şi în ceea ce priveşte modalităţile de a realiza o decizie: asupra procedurii de vot, de exemplu. *sin.* acord. (A.T.)

Conspiraţie – Uneltire secretă şi ilegală împotriva orânduirii de stat, a conducătorilor statului sau a ordinii publice; *sin.* complot; conjuraţie. (A.T.)

Contagiune – Schimbare lingvistică de *sens,* determinată de faptul că două *cuvinte* aflate în contact pot reacţiona unul asupra altuia. Etimologia populară, falsa etimologie, derivaţia paronimică sunt forme de *contagiune,* de asemenea, confuziile pe care le fac oamenii mai puţin cultivaţi atunci când atribuie cuvintelor o origine şi o formulare fanteziste. (E.D.)

Contencios – (*fr. contentieux*). Serviciu juridic în cadrul unor organe ale administraţiei de stat, în unele instituţii, sau firme care apără drepturile şi interesele acestora în cazul încheierii de acte juridice sau în faţa diferitelor organe de jurisdicţie. *C. administrativ* – organ de jurisdicţie specializat pentru rezolvarea problemelor

litigioase între stat și persoane fizice. Se referă și la sistemul de norme după care se rezolvă aceste litigii. (A.T.)

Contradicție – **1.** (FILOZ.) Categorie care exprimă starea lăuntrică a tuturor obiectelor și proceselor (corelația de unitate, legătură antagonică, proprietăți și tendințe contrare, proprii fiecărui obiect și proces), constituind conținutul, motorul dezvoltării, cauza tuturor schimbărilor din univers, a evoluției de la inferior la superior. **2.** *loc.* în contradicție cu ... - în opoziție sau în dezacord cu ... **3.** Raport logic între două noțiuni, judecăți, concluzii care epuizează complet domeniul lor de referință și care se exclud reciproc. **4.** Nepotrivire între idei și fapte; contrazicere – *spirit de* ~ tendința unor oameni de a contrazice întotdeauna pe ceilalți. (A.T.)

Contraatac – Replică ofensivă desfășurată de o unitate militară aflată în apărare cu scopul de a respinge un atac al inamicului pătruns în dispozitivul ei și de a restabili pozițiile inițiale. *sin.* ripostă. (A.T.)

Contradicții sociale – Conform perspectivei dialectice, sistemele sociale nu sunt de regulă complet omogene, și nu prezintă o armonie internă absolută, ci sunt caracterizate prin tensiuni și contradicții interne generatoare de conflicte. (A.T.)

Control social – Desemnează procesul prin care o instanță (persoană, grup, instituție, asociație sau organizație) reglementează, orientează, modifică sau influențează comportamentele sau acțiunile altei instanțe, ce aparține aceluiași sistem, cu ajutorul unor mijloace materiale și simbolice, în vederea asigurării conformității și păstrării echilibrului specific sistemului.
Funcțiile *controlului social* sunt de prevenire, limitare și/sau eliminare a abaterilor de la normativitatea existentă. Acestea se realizează prin însușirea metodelor tipice pentru cultura sistemului și prin mecanismele instituționale, care recompensează sau sancționează conformitatea sau deviația față de norme. (A.T.)

Controversă – Discuție în contradictoriu, în general asupra unei chestiuni principale; discuție aprinsă, *sin.* ceartă, neînțelegere. (A.T.)

Convingere – Acțiunea de a se convinge; convicțiune; părere fermă asupra unui lucru. Convingerile

reprezintă părerea explicită pe care o persoană şi-o formează asupra unui lucru. *Loc.* **1.** *cu convingere* – ferm, hotărât, răspicat. **2.** *fără convingere* – în chip vag, nehotărât; fără entuziasm, fără tragere de inima, în silă. (A.T.)

Cooperare – **1.** Conlucrare sistematică a unor indivizi; **2.** formă de interacţiune socială care presupune acţiuni conjugate (identice sau complementare) ale mai multor indivizi sau grupuri pentru atingerea unui scop comun a unor rezultate (gratificaţii) de care să beneficieze toţi participanţii. Cooperarea poate fi spontană sau organizată, formală sau informală, pe termen scurt sau pe termen lung, dar întotdeauna ea înseamnă o modalitate sau alta de combinare a eforturilor participanţilor pentru a ajunge la un rezultat specific, eforturi motivate de aşteptările acestora (mai mult sau mai puţin cristalizate şi transparente) de a obţine anumite recompense (materiale sau de altă natură). (A.T.)

Corupţie – **1.** Starea de abatere de la moralitate, de la datorie; **2.** Încălcarea sistematică şi nesancţionată a normelor unei organizaţii sau instituţii, de către unii membri care în virtutea faptului că deţin o anumită autoritate, utilizează resursele organizaţiei cu destinaţii diferite de scopurile acesteia. **3.** seducere. *sin.* decădere, depravare, imoralitate, pervertire, viciu. (A.T.)

Crimă – (DR.) Infracţiune penală cu grad ridicat de pericol social şi pe care legea o consideră ca atare şi o sancţionează cu pedepsele cele mai grele; *c.internaţională* infracţiune gravă împotriva păcii, a legilor şi uzanţelor războiului, sau contra umanităţii. *sin.* neleguire, fărădelege, asasinat, omor, omucidere, trădare, genocid, (livr.) homicid. (A.T.)

Criptare – Mod de emitere a unui program care necesită la recepţie un decodor. (E.D.)

Criză politică – Blocaj structural al procesului de maturizare în constituirea unui sistem politic; un impas major în funcţionarea unui sistem politic. În ultimul caz sunt incluse crizele de guvern din societăţile în care constituirea unei majorităţi parlamentare este tot mai dificilă. în cazul blocajului structural, avem de-a face cu o revoltă iminentă dacă opţiunile politice ale guvernanţilor nu se îndreaptă spre o schimbare esenţială a sistemului politic. Pentru rezolvare se apelează la negocieri. (A.T.)

Cultură – **1.** Totalitatea valorilor materiale şi spirituale create de omenire în procesul practicii social-istorice, precum şi a instituţiilor necesare pentru crearea şi comunicarea acestor valori. Cultura este studiată de sociologi, antropologi, arheologi etc. **2.** Faptul de a poseda cunoştinţe variate în diverse domenii; totalitatea acestor cunoştinţe; nivel ridicat de dezvoltare intelectuală la care ajunge cineva. *Om de ~*, persoană cu un nivel intelectual ridicat care posedă cunoştinţe universale multe şi temeinice. (A.T.)

Cultură organizaţională – Sistem/ sumă de valori, obiceiuri, norme, atitudini acceptate şi practicate de membrii unei organizaţii. Sistem dezvoltat în organizaţii care determină comportamentul, aşa zisele „reguli ale casei", sau modul în care se desfăşoară activităţile, tradiţii şi proceduri pe care membrii organizaţiei le consideră definitorii, pe care le respectă şi le împărtăşesc. Se consideră că organizaţiile de succes au o cultură care încearcă să îmbunătăţească vechile practici ţinând cont de perenitatea tradiţiilor achiziţionate în timp. În general vechii angajaţi doresc perpetuarea culturii o. aşa cum o cunosc ei, în timp ce noii angajaţi doresc o schimbare. Schimbarea culturii o poate constitui o sursă de conflicte, dar şi faptul că anumiţi angajaţi nu împărtăşesc elementele componente ale culturii organizaţionale. (A.T.)

Cumpătat – (despre oameni şi despre manifestările lor) Cu măsură, stăpânit, sobru, aşezat. Este o trăsătură recomandată pentru persoanele care sunt implicate în rol de mediator. (A.T.)

Cuvânt – «Instrumentul de mijlocire a dialogului dintre om şi lume ca şi al *comunicării* dintre oameni înăuntrul unei sfere culturale» (Ion Biberi).

Despre cuvânt

Cuvântul este mijlocul cel mai bogat în sensuri, prelungiri interioare şi armonii muzicale pe care îl cunoaştem, dacă dăm acestei noţiuni înţelesul ei total de comunicare complexă între oameni, prin construcţia perioadei şi a înmlădierii sintactice, prin forţarea sensurilor semantice şi a iniţiativei personale înăuntrul regulilor gramaticale, prin varierea ritmului expunerii, întreruptă de tăceri care vorbesc, prin întregul de procedee stilistice care dau limbii folosite vigoare, noutate, inedit al expresiei. Cu fiecare poet sau orator, cu fiecare literat sau om de cultură, limba, bun al unei comunităţi naţionale, dobândeşte un stil nou şi o gamă mică de valori sufleteşti care

nu se vor mai repeta la nici o altă conştiinţă creatoare.

Puterea de convingere, valoarea de comunicare a cuvântului alcătuiesc faptul fundamental al culturii.... Numai cuvântul rostit, în densitatea lui sonoră şi în muzicalitatea frazei împlinite în volute armonioase şi în căldura unei emotivităţi care transmite o convingere sau o iluminare, mi-a sugerat adevărul „puterii materiale a cuvintelor" (Edgar Alan Poe). ... Cuvântul are o semnificaţie ambivalentă. El poate sluji la descoperirea adevărului, dar şi la disimularea acestuia; cuvântul poate instrui, dar poate înşela; el apără sau acuză, poate dezlănţui prăbuşiri sau poate însenina.... Cuvântul are o funcţie complexă, un sens noţional, conţinut al unei semnificaţii logice şi o valoare de sugestie, creând în acelaşi timp în spiritul ascultătorului, o zonă de incertitudine şi de armonice interioare... Gânditorul francez Jean Paulhan, definind aceste două calităţi ale cuvântului, semnificaţie şi sugestie, observă: „In cuvânt sunt condensate nesfârşite posibilităţi sociale şi psihologice. Cuvântul apare într-o oarecare măsură magică, a cărei imensă putere dă influenţă, bogăţie, bucurie a dragostei, ca şi o mare parte a bunurilor vieţii, aceluia care ştie să se folosească de el cu îndemânare, făcând actuale virtualităţile pe care le conţine.

după Ion Biberi - Arta de a scrie şi de a vorbi în public, Bucureşti, Editura Enciclopedică Română, 1972, p. 23-29

Poetul şi omul politic african, Leopold Sedar Senghor în „L'esthetique negro-africaine" (1956) subliniază că verbul şi *cuvântul* sunt expresia prin excelenţă a forţei în plenitudinea sa, iar Francois Nouthe vorbeşte despre multiexpresia *comunicării* orale, acest sistem de relaţii şi *comunicări* sociale în care *cuvântul* ocupă un loc privilegiat într-o acţiune unitară şi complexă cu alte moduri de expresie gustativă, olfactivă, tactilă şi vizuală, adăugând astfel expresia verbală pentru construcţia edificiului celor 5 simţuri ale percepţiei umane perfecţionate, dar şi perfectibile.

Limite ale cuvântului

Aristotel a observat că fiind obligaţi să denumim un număr infinit de lucruri cu un număr finit de cuvinte trebuie să folosim acelaşi cuvânt pentru mai multe lucruri, cu toate riscurile ce decurg de aici.

Cuvântul „casă" va evoca altceva în mintea unui papuaş din Noua Guinee, a unui ţăran din Austria sau a unui arhitect din New York. Oare un iglu, o iurtă, un far locuit de pe o stâncă, un zgârie-nori ori un castel de pe Valea Loarei sunt case ? La a câta cărămidă, ţiglă sau bârnă o construcţie pe cale de a fi înălţată devine „casă", de unde cu o clipă înainte nu era ? Ori, în cazul unui incendiu distrugător, care este clipa exactă în care construcţia pierde această calitate?

Când spunem „măr", toată lumea are impresia că ştie exact despre ce este vorba. Totuşi cine va putea spune vreodată, exact şi în aşa fel, încât toată lumea să fie de acord, din care clipă o floare fecundată devine fructul numit „măr" ? Sau, din care clipă mărul, putrezind, încetează să mai merite acest nume ? Exemple de acest fel se pot da, desigur, nenumărate, caracterul vag al definirii extinzându-se practic asupra cuvintelor care denumesc ceva din realitate. Unde este graniţa dintre „tânăr" şi „bătrân", dintre „chel" şi „nechel", dintre „înalt" şi „scund", „greu" şi „uşor", „lung" şi „scurt", „cald" şi „rece" ori dintre „zi" şi „noapte", pentru care (atenţie!) avem instrumente precise de măsurare, ca să nu mai vorbim de graniţa dintre „plăcut" şi „neplăcut", „bun" şi „rău", „frumos" şi „urât", „deştept" şi „prost", „curajos" şi „laş" etc. Evident, inventarea unor gradaţii intermediare nu numai că nu rezolvă problema ci, dimpotrivă, o multiplică. De pildă, putem spune: „merele sunt bune de mâncat". Prepoziţia este „în mare" adevărată dar un spirit mai exigent ar putea întreba - ce fel de mere? pădureţe? verzi? putrede?, bune de mâncat pentru cine? pentru sugari? pentru ulceroşi? pentru pisici? Sigur, propoziţia ar putea fi completată cu precizări. Am putea spune: „merele de soi, sănătoase şi coapte sunt bune de mâncat pentru copiii mai mari şi pentru adulţii care nu suferă de stomac". Dar nici această formă nu este perfectă....Si astfel şirul precizărilor ar putea creşte la nesfârşit, crescând adecvarea, scăzând utilizabilitatea şi făcând în cale din urmă propoziţia aproape de nefolosit. În ciuda aparentei universalităţi a comunicării prin cuvânt, nimeni nu poate nega importanţa, inclusiv la om, a comunicării neverbale. Studii de laborator au stabilit că în cazul unei cuvântări, sensul raţional al cuvintelor reprezintă doar 7% din informaţie, pe când intonaţia, mimica şi gesturile, aproximativ 93%. Ochiul distinge, de pildă, după unele estimări, câteva sute de mii de nuanţe de culoare; pentru câte din ele există oare cuvinte să le numească ? Sau, cine s-ar încumeta să numere câte nuanţe poate avea o crispare a feţei sau un zâmbet, pe care să le înţelegem atât de bine, chiar dacă excludem cuvântul ? Ori să ne închipuim, de pildă, cum ar explica cineva, numai prin scris ori prin telefon, fără imagini ajutătoare, modul de legare a şireturilor la pantofi unor oameni care n-au văzut în viaţa lor nici şireturi, nici pantofi, nici măcar un nod făcut pe un şnur. Există şi informaţii care sunt greu, dacă nu chiar imposibil de tradus în vorbe; chiar vocabularul depune o mărturie în acest sens, prin cuvântul „inefabil".

din Dan D. Farcaş - Limite ale cuvântului, Riscurile comunicării, în Ecosofia - revista problemelor globale, nr. 3-4(76-77)/decembrie 1996-ianuarie 1997, p.26

Daune – Pagubă, vătămare, prejudiciu (material sau moral). Loc. prep. – în dauna (cuiva sau a ceva) – în pagubă, în detrimentul (cuiva sau a ceva). *sin.* despăgubire. (A.T.)

Definiție – Numărul de linii baleiate (măturate) de fascicolul de electroni ai ecranului tv. Acest număr determină finețea și precizia imaginii (în Franța este de 625 linii, iar în SUA de 525). Televiziunea de înaltă definiție se obține din peste 1.000 de linii. (E.D.)

Decizie – Soluție adoptată de un sistem (persoană, grup, organizație, colectivitate) în vederea rezolvării unei probleme. Procesul luării deciziei cuprinde mai multe faze distincte: **a.** formularea problemei; **b.** explorarea posibilului acțional și formularea soluțiilor alternative posibile; **c.** analiza și evaluarea soluțiilor alternative și ierarhizarea lor; **d.** adoptarea uneia dintre soluțiile alternative (decizia propriu-zisă); și **e.** faza postdecizională: decizia luată este implementată prin acțiune și continuu reevaluată prin prisma rezultatelor practice obținute și a noilor cunoștințe; procesul decizional se reia atunci când soluția adoptată se dovedește a nu mai fi satisfăcătoare. Există două modele normative ale procesului decizional: **a.** Modelul clasic de decizie rațională: decizia certă într-o lume complet deterministă. Se presupune că decidentul dispune de toate cunoștințele necesare și că prelucrarea acestora se face prin utilizarea instrumentelor logico-matematice clasice, ajungându-se la identificarea soluției celei mai bune în mod absolut. Acest model apare mai mult ca un model limită, puțin aplicabil în situațiile obișnuite caracterizate printr-o incertitudine persistentă, într-o lume care nu este strict deterministă, accidentul, întâmplarea având un rol important; **b.** Decizia certă de tip probabilist, are două variante: I. o cunoaștere absolută, în condițiile unui univers probabilist și II. o cunoaștere fragilă, incertă. Psihologia cognitivă a pus în evidență în ultimii ani faptul că decidenții «naivi», «comuni», în condiții de incertitudine, utilizează metode euristice diferite structural de cele recomandate de

modelele raționale, atât în variantele clasice, cât și în cele de tip probabilist. Aceste metode reușesc să facă față cu succes condițiilor de incertitudine persistentă, prezentând însă adesea și erori sistematice. (A.T.).

Democrație – Modalitate de conducere a sistemelor social-umane, bazată pe utilizarea de mecanisme non-decizionale, de tip cibernetic-spontan pentru soluționarea problemelor. (A.T.).

Deviață – Orice act, mod de conduită sau manifestare care violează normele convenționale (scrise sau nescrise) ale societății, ori ale unui grup social particular. Devianța este definită ca un tip de comportament care se opune celui conformist, și cuprinde nu numai încălcările legii (infracțiunile ori delictele), ci orice „deviere" (abatere) de la regulile de conviețuire și de la imperativele de ordine ale unui mod de viață colectivă (societate, grup, organizație, instituție, cultură, subcultură). Astfel, devianța include o gamă extrem de largă de conduite, de la cele excentrice ori bizare la cele așa-zis imorale, care sunt considerate incompatibile cu „codurile" culturale ale grupului sau societății, dar și până la cele cu caracter antisocial (actele infracționale sancționate penal sau asocial, bolile psihice). Nu totdeauna acest tip de conduită este sancționat de lege. În esența ei devianța este o manifestare care ofensează sentimentele și așteptările colectivității. Câteva exemple de devianță: adoptarea unei ținute insolite, a unui limbaj sau gest neconformist, indecența, obscenitatea, actele care sfidează morala publică. (A.T.)

Day time – Interval de timp cuprins între orele 6-18, puțin atrăgător pentru cei ce cumpără spațiu publicitar tv. (E.D.)

Dezacord – Lipsă de acord, de armonie – între: sunete, opinii, sentimente, fenomene. *sin.* nepotrivire, neînțelegere. (A.T.)

Dezbatere – Faptul de a dezbate; analiză amănunțită, discutare, deliberare; discuție largă asupra unei probleme de interes general. *d. judiciară* – acțiunea de discutare dintre părți în contradictoriu din cadrul unui proces. *d. parlamentară* – acțiunea de a pune în discuția camerelor legislative a unor probleme legislative și sau de politică internă sau externă. (A.T.)

Dezavantaj – Situație neprielnică, nefavorabilă pentru cineva în raport cu altcineva; ipostază sau condiție care creează cuiva o situație de inferioritate; inconvenient. *sin.* prejudiciu, pagubă. (A.T.)

Dezerta – **1.** A părăsi în mod nejustificat unitatea din care face parte, locul în care prestează serviciul militar sau câmpul de luptă. **2.** Prin extensie: a-şi părăsi îndatoririle, obligațiile, a se sustrage de la îndeplinirea lor. (A.T.)

Dezinformare – Intervenție asupra elementelor de bază ale unui proces comunicațional care modifică deliberat mesajele vehiculate cu scopul de a determina la receptori anumite atitudini, reacții, acțiuni, dorite de un anumit agent social. (A.T.)

Diferend – Deosebire de păreri între două sau mai multe persoane, organizații, state; *sin.* neînțelegere, dezacord. (A.T.).

Diaporamă – Montaj sonorizat al diapozitivelor. (E.D.)

Dilemă – **1.** (LOG.) Raționament care ia în considerare două alternative, dintre care trebuie aleasă una, deşi ambele duc la aceeaşi consecință/concluzie. **2.** Încurcătură în care se află cineva când este obligat să aleagă între două alternative, două perspective aproximativ egale. (A.T.)

Dilema prizonierului – Mod de analiză care poate fi aplicat unei game largi de fenomene politice şi economice, atribuită lui A.W. TUCKER, profesor de matematică la Princeton (SUA). Dilema prizonierului demonstrează că rezultatul cel mai bun se obține în condițiile în care protagoniştii pot comunica, cooperează şi respectă înțelegerea.

Întâmplarea povestită de matematician, aflată la originea acestei dileme, se petrecea în vestul SUA. Un magistrat reține doi răufăcători pe care îi bănuieşte de atac armat şi jaf. Aceştia au fost acuzați de deținere ilegală de armament, delict ce se pedepseşte cu 6 luni de închisoare dar magistratul nu are nici o probă pentru a-i acuza de atac armat şi de jaf, pentru care pedeapsa este mult mai mare.

Cu intenția de a provoca destăinuirea faptelor, magistratul le spune următoarele: „Dacă recunoaşteți amândoi fapta (atac armat şi jaf), veți fi condamnați la pedeapsa minimă, adică, doi ani. Dacă doar unul dintre voi mărturiseşte, acesta va fi eliberat după ce va depune mărturie împotriva

complicelui său care va primi 20 de ani de puşcărie. Aveţi 24 de ore pentru a decide". Apoi, îi închide în două celule diferite astfel încât cei doi să nu poată comunica, lăsându-i să reflecteze la o situaţie care poate fi redată în linii generale astfel:
Fiecare deţinut ştie că în situaţia în care nici el şi nici partenerul său nu mărturiseşte, nu vor executa decât 6 luni de puşcărie, ceea ce pare a fi soluţia cea mai corectă şi cea mai puţin rea, într-o manieră globală. „Dar dacă nu are încredere în mine, aşa cum n-am nici eu în el?", se întreabă fiecare dintre ei. Odată ajunşi la această concluzie logică, fiecare îşi spune că celălalt, trebuie să fi ajuns la aceeaşi concluzie şi va profita de situaţie pentru a mărturisi, caz în care el va face 20 de ani de puşcărie. Urmând această manieră de a gândi, fiecare dintre ei mai degrabă ar putea mărturisi, având astfel o şansă de a fi eliberat, în situaţia în care celălalt nu mărturiseşte, iar în caz contrar obligat să execute 2 ani de detenţie. Altfel spus, mărturisind, fiecare dintre cei doi evită răul maxim iar nemărturisind au şansa cea mai bună, dar îşi asumă riscul maxim.
Aceasta este dilema prizonierilor care nu are o soluţie în ea însăşi, iar rezultatele care par optime nu sunt stabile. Ceea ce demonstrează însă este faptul că cea mai bună conduită de adoptat în multe situaţii de negociere depinde de gradul de încredere dintre parteneri. (E.B.)

Dilemă socială – Situaţie în care se pot afla membrii unei comunităţi atunci când pentru alegerea unei strategii de acţiune trebuie să decidă (în condiţiile existenţei unui conflict explicit sau implicit) între principiul maximizării intereselor personale şi cel al maximizării bunăstării colective. Dilema socială apare în condiţiile de existenţă a unor resurse comunitare limitate. (A.T.)

Diplomat/diplomată – **1.** Persoană oficială care are misiunea de a întreţine relaţii cu reprezentanţii oficiali ai altor state sau de a trata în numele statului său. **2.** Persoana care ştie cum să trateze o afacere, să se comporte într-o anumită situaţie (pentru a-şi atinge scopurile). Care este abil, subtil, şiret în relaţiile sociale; care arată abilitate, subtilitate, şiretenie. (A.T.)

Diplomatic – **1.** Referitor la diplomaţie sau la diplomaţi, care aparţine diplomaţiei. **2.** Care demonstrează în conduită abilitate, subtilitate, şiretenie. (A.T.)

Diplomație – **1.** Activitate desfășurată de un stat prin reprezentanții săi oficiali (Ministerul de Externe, misiunile diplomatice) în scopul realizării politicii externe preconizate (v. și: atașat diplomatic). **2.** Comportare abilă și/sau subtilă. **3.** Cariera, profesiunea de diplomat. **4.** Totalitatea reprezentanților oficiali care se ocupă de realizarea politicii externe, reprezentanții diplomatici încadrați într-o anumită schemă de organizare. (A.T.)

Disc – Placă circulară pe care sunt înregistrate sunetele sub formă clasică (microsillon) sau compact disc (CD) audionumeric, lectura făcându-se cu o rază laser. CD-ul nu se uzează și sunetul reprodus de acesta are o calitate mai bună. Videodiscul permite stocarea imaginilor video sub formă numerică (cca. 24.000 pagini de carte obișnuită pe un singur videodisc). (E.D.)

Principalele etape în dezvoltarea discului

1869 - Charles Cros, poet și inventator francez, descrie paleofonul, precedând realizarea fonografului de către T.A. Edison (în 1877)
1877 - Charles Cros inventează cilindrul înregistrator al cărui brevet de invenție îl depune la Academia de Științe din Paris; discul și înregistrarea paralelă sunt propuse de E. Berliner
1888 - Oberlin Smith inventează înregistrarea magnetică
1918 - se fabrică ultimii cilindri pentru înregistrare
1930 -1936 - Still folosește un aparat cu panglică de oțel pentru înregistrări
1940 - se inventează magnetofonul și discul microsion (cu riduri de ordinul micronilor).

Disciplină – **1.** Ansamblu de reguli de comportare și de ordine care sunt obligatorii pentru membrii unei colectivități; **2.** Supunere liber consimțită a membrilor unei colectivități față de dispozițiile luate de cei care conduc în scopul asigurării unei comportări și ordini corespunzătoare (exemple: d. militară, d. de partid, d. școlară etc.). (A.T.)

Discordie – Neînțelegere, dezbinare între oameni, colectivități, etc.; disensiune, dezacord; ceartă, vrajbă; dușmănie. (A.T.)

Discriminare – **1.** Deosebire făcută între două sau mai multe lucruri, idei, indivizi, colectivități etc. **2.** Acțiune a indivizilor sau a grupurilor de a trata inegal indivizi sau grupuri în raport cu unele

trăsături cum ar fi: apartenența etnică, rasială, religioasă sau de clasă. În mod obișnuit, termenul este folosit pentru a descrie acțiunea unei majorități dominante în raport cu o minoritate și implică un prejudiciu adus unei persoane sau unui grup. Organizația Națiunilor Unite include în discriminare „orice conduită bazată pe distincția operată în raport cu anumite categorii naturale și sociale și care nu este legată de capacitățile și meritele individuale sau de comportamentul concret al unei persoane. „Discriminarea este favorizată de următoarele situații: etnocentrismul, cunoașterea insuficientă a celorlalți, generalizarea propriei experiențe de viață (emiterea de judecăți privind un întreg grup pornind de la experiența avută cu un singur membru sau cu puțini membri ai acestui grup), selectarea stereotipurilor concordante cu credințele și impresiile anterioare și dezvoltarea de prejudecăți privind persoanele cu care se intră în competiție. **3.** Tratamentul inegal al unor persoane care în mod esențial sunt egale se practică în toate societățile. Aprecierea acestui tratament drept discriminare se face în raport cu normele și valorile sociale dominante din societate. **4.** (DR.) Lipsire de drepturi de natură a crea o situație de inegalitate între țări, cetățeni, sau categorii de persoane fizice sau juridice pe baza unor considerații nelegitime. (A.T.)

Disensiune – Neînțelegere sau ceartă cauzată de nepotrivirea de interese, de păreri. (A.T.)

Disident/disidentă – Individ care face parte dintr-o colectivitate și are opinii diferite față de ale majorității, pe care și-le exprimă afirmându-și dezacordul! (A.T.)

Dispută – **1.** Conversație în contradictoriu între două sau mai multe persoane, ori grupuri de persoane. **2.** Lupta pentru întâietate, pentru tranșarea în favoarea sa a unei rivalități; desfășurarea unei întreceri sportive. *sin.* controversă; ceartă, neînțelegere. (A.T.)

Dissens – Vezi *Consens*.

Distrugere – Acțiunea de a distruge și rezultatul ei. *sin.* nimicire, ruinare. (A.T.)

Divergent – (Despre păreri, concepții, atitudini) care se deosebesc se contrazic între ele; care urmăresc scopuri diferite. (A.T.)

Divergență – Deosebire, dezacord de păreri, de concepții, de atitudini. A avea păreri diferite de ale majorității, acestea pot fi exprimate sau nu. (A.T.)

Divorț – Desfacere pe cale legală a unei căsătorii. *Fig.* - nepotrivire, dezacord între două ființe, acțiuni, idei. (A.T.)

Dreptate – Principiu moral și juridic care cere să se dea fiecăruia ceea ce i se cuvine și să i se respecte drepturile; echitate; faptul de a recunoaște drepturile fiecăruia și de a acorda fiecăruia ceea ce i se cuvine. *Loc.* Cu (sau după) dreptate – după lege, cum se cuvine, în mod just, pe drept, echitabil. Pe bună dreptate, pe drept cuvânt, în mod întemeiat. *Expr.* – A face cuiva dreptate – a repara o nedreptate săvârșită cuiva; a recunoaște dreptul cuiva într-o chestiune oarecare. A avea dreptate – a fi întemeiat în ceea ce spune sau în ceea ce face. A da dreptate – A recunoaște că ceea ce spune sau face (cineva) este întemeiat, îndreptățit, just. (A.T.)

Duplex – Sistem care permite ca două persoane aflate la distanțe geografice una de cealaltă, să participe la aceeași emisiune în direct; vezi și *multiplex*. (E.D.)

Durată de urmărire – Timp mediu zilnic, lunar sau anual, afectat vizionării unui program sau post tv. (E.D.)

Echipă de negociere – Grup de oameni care sub conducerea unui şef, conlucrează sistematic şi în mod direct pentru desfăşurarea unei negocieri.

Practica negocierilor în echipă s-a extins în aproape toate domeniile, datorită faptului că de multe ori sunt necesare foarte multe informaţii sau o analiză-diagnostic a situaţiei care de multe ori depăşesc capacităţile unei singure persoane. Un singur om nu poate să răspundă în bune condiţii multitudinii de activităţi presupuse de negociere, precum: protocol, explicaţii, discuţii, evaluări, argumentaţii, contra-argumentaţii etc. Mai mult e nevoie de cunoştinţe aprofundate în domeniul tehnic, economic, juridic etc. Participarea mai multor persoane aduce aşadar avantaje evidente, dar nu trebuie să pierdem din vedere faptul că poate crea şi neajunsuri. Problema cheie este aceea a asigurării spiritului de colaborare, a comunicării între membrii echipei şi a delimitării rolului în cadrul negocierii. Eficienţa activităţii echipei de negociere nu este în primul rând rezultatul mărimii acesteia (de obicei de la 2-3 persoane la 10-12 persoane, în raport de complexitatea negocierii), ci mai degrabă a profilului şi pregătirii profesionale a fiecăreia dintre membrii ei, fiind condiţionată de mobilitatea şi elasticitatea gândirii acestora, de organizarea şi coordonarea activităţii desfăşurate. În ceea ce priveşte numărul optim de membrii ai echipei, dacă se doreşte ca munca în echipă să fie productivă, atunci patru este dimensiunea optimă. Dacă ar fi mai mulţi, fie că nu s-ar putea ţine cont de părerile tuturor, fie că ideile emise ar fi prea difuze şi nu convergente, aceasta datorită intereselor diverse. Negocierile între două echipe de patru persoane vor conduce la tratative între opt persoane, care pare a fi numărul maxim de persoane acceptat (Bill Scott). Acest număr este potrivit, deoarece un lider (conducătorul echipei de negociere sau negociatorul şef) care operează în condiţii dinamice şi schimbătoare, cum sunt cele din cadrul negocierilor, nu poate controla eficient mai mult de patru persoane, trebuind în

același timp să-și îndeplinească corespunzător și propriile sarcini. Se mai pot adăuga și alte argumente în sprijinul unei echipe restrânse: nivelul cheltuielilor și a dificultăților care apar în cazul în care echipa își desfășoară activitatea în deplasare; o comunicare mult mai precisă și concisă; posibilitatea luării unor decizii într-un timp mult mai scurt; ajustarea mai rapidă a tacticilor de negociere; distribuția mai facilă a informațiilor.

Una din obiecțiunile care ar putea fi aduse cu privire la acest punct de vedere se referă la gama expertizelor cerute într-o negociere. Într-adevăr sunt negocieri care durează un timp îndelungat, luni sau chiar ani, ceea ce presupune analiza a zeci de perspective diferite pentru fiecare echipă. În aceste cazuri se pot întâlni specialiști și experți care vor purta negocieri independente față de negocierile de bază. În felul acesta echipa de negociatori de bază poate beneficia de rezultatele obținute, procesul de negociere putând continua mai eficient. Mai mult, atunci când ne fixăm asupra unui anumit număr, patru în cazul nostru, nu ne gândim că este obligatoriu ca ei să rămână aceiași pe tot parcursul negocierii. Juriștii, spre exemplu, sunt necesari în faza finală, de redactare a acordului, iar ei pot lua locul specialiștilor din domeniul tehnic, al căror rol apare în această etapă mult diminuat. În sfârșit, trebuie să înțelegem că dacă este necesară prezența mai multor participanți, ei pot căpăta statutul de observatori sau consultanți pentru membrii echipei și că sunt tot atât de importanți ca și negociatorii, cu toate că nu intervin în direct în discuții.

Desigur, sunt cazuri în care echipa de negociere este mult mai mare, cum ar fi acela în care este implicat guvernul. Nu există o limită a numărului de membrii și nici nu ar fi bine să existe ținând cont de faptul că negocierile sunt atât de diversificate, dar trebuie să ne gândim întotdeauna la faptul că într-o negociere avem două echipe și astfel numărul de persoane se multiplică cu doi. Particularitățile negocierii în ceea ce privește numărul de negociatori și structura profesională a echipei sunt așadar foarte diferite, motiv pentru care se cuvine să subliniem câteva cerințe ale constituirii echipei de negociatori:

- numărul negociatorilor să nu fie exagerat de mare, dar să fie suficient pentru a acoperi cerințele unei bune argumentări și combaterii obiecțiilor care să conducă la

încheierea unui acord reciproc avantajos;
- structura echipei pe profesii şi funcţii trebuie să fie corelată cu gradul de complexitate al obiectului negocierii, cu poziţia deţinută de organizaţie precum şi cu interesul pentru încheierea acordului;
- în cazurile în care situaţia impune un număr relativ mare de membrii, ei vor fi divizaţi în două: cei care intră realmente la masa tratativelor şi cei care prelucrează materialul obţinut în urma fiecărei runde şi oferă noi informaţii şi argumente pentru discuţiile care urmează a avea loc.

După părerea noastră, o caracteristică de bază a echipei de negociere trebuie să fie tocmai elasticitatea acesteia, o elasticitate care să permită creşterea sau reducerea numărului de membrii, o elasticitate în care conducătorul echipei să aibă pe de o parte posibilitatea, dar şi abilitatea de a conduce eficient, indiferent de afacerea negociată ori de structura echipei, iar pe de altă parte responsabilitatea desfăşurării în cele mai bune condiţii a negocierii şi a încheierii acordului.

La masa negocierilor trebuie să se aşeze doar persoanele-cheie. În desemnarea acestora apare adesea un conflict, deoarece persoanele cu funcţii importante din cadrul firmei, care ar da sentimentul importanţei şi a implementării acordului, pot fi prea ocupate cu problemele curente sau sunt străini de lumea negocierilor. Problema este una de gestiune eficientă a procesului, iar invitarea lor în anumite etape trebuie să constituie responsabilitatea negociatorului şef, care este conectat direct la evenimente.

Echipa de negociatori nu este un grup constituit ad-hoc, ea reprezintă rezultatul unei perioade de pregătire, în care membrii se cunosc, se deprind unii cu alţii şi învaţă să lucreze împreună. Este de preferat ca echipa de negociere să aibă continuitate şi astfel să se creeze o coeziune între membrii ei, care să permită dejucarea eventualelor tentative ale oponentului de a folosi în favoarea sa divergenţele de păreri ale membrilor ce compun echipa. Pregătirile ce premerg negocierea au în vedere o serie de informaţii referitoare, în principal, la cunoaşterea partenerilor şi a relaţiilor pe care se contează, scopul şi obiectivele negocierii, definirea variantelor de negociat. Membrii echipei trebuie să-i familiarizeze şi pe cei care constituie suportul tratativelor, adică experţi, consultanţi sau observatori cu mersul negocierii, tacticile şi strategia utilizată,

oferindu-le informațiile de care au nevoie fără a periclita bunul mers al negocierilor. (E.B.)

Echitabil – (despre acțiuni, idei) întemeiat pe dreptate, pe adevăr; just, drept, nepărtinitor. (A.T.)

Echitate – Dreptate, nepărtinire. *sin.* cinste, omenie. (A.T.)

Elipsă – economie de *cuvinte* rău înțeleasă, cerc vicios. (E.D.)

E-mail – vezi *Poștă electronică.* (E.D.)

Emițător – Persoană care emite un mesaj; *sin.* emitent. (E.B.)

Emoție – Tulburare globală, intensă și de scurtă durată a întregului organism, care ia naștere ca reacție la o situație neașteptată sau la una care depășește posibilitățile de adaptare ale subiectului. Emoțiile sunt însoțite de trăiri afective, de tonalitate plăcută sau neplăcută și produc modificări la nivel fiziologic sau/și la nivel mental. Sunt cunoscute patru emoții fundamentale: bucuria, la extremă ajunge la extaz; tristețea, la extremă ajunge la disperare; teama, la extremă ajunge la teroare; mânia, la extremă ajunge la coleră și violență fizică. Pe parcursul negocierii, oponentul este influențat atât de ceea ce spunem, dar și de semnalele nonverbale emise, care constituie îndeosebi o manifestare emoțională. Emoția depinde în primul rând de personalitatea individului, de istoria sa, de experiențele trăite, de starea sa psihică și fizică și apoi, de natura agentului emoțional extern. (E.B.)

Emotivitate – Gradul în care un individ reacționează la factori emotivi. (E.B.)

Empatie – Formă de intuire a realității prin identificare afectivă. În comunicare empatia este foarte importantă alături de alte cerințe ale climatului în care se desfășoară comunicarea, acestea trebuind să faciliteze procesele de comunicare și să dea naștere la: încredere, reciprocitate, transparență, receptivitate, sinceritate, respect, acceptarea propriei persoane și a interlocutorilor. (E.B.)

Etapele conflictului – Mulți analiști au descris modelul de dezvoltare a conflictului prin cinci etape relativ distincte: **1.** dezacordul; **2.** confruntarea; **3.** escaladarea; **4.** de-escaladarea; **5.** rezolvarea. Dezacordul debutează prin simple neînțelegeri, diferențierea

indivizilor sau grupurilor prin modul lor de a fi şi a gândi (uneori pot fi şi pseudo-neînţelegeri, false, divergenţe minore, nesemnificative pentru interacţiunea socială, de grup, dar care necontrolate la timp, pot degenera în conflicte reale. Confruntarea adânceşte diferenţele dintre indivizi, grupuri, clase etc., acestea fiind percepute de către părţile în conflict ca importante pentru interacţiunea de grup, ca ameninţând unitatea grupului; în această fază fiecare parte îşi susţine poziţia sa, accentuând-o pe baza unei ideologii justificative (se intensifică angajarea părţilor pe linia dezacordului iniţial; fiecare parte subliniind erorile din gândirea celeilalte; este faza în care fiecare parte se convinge pe ea însăşi că trebuie să convingă adversarul să-şi schimbe părerea, să renunţe la poziţia lui, acceptând argumentele sale; acţiunea de persuasiune devine exagerată, poate degenera în acţiuni de forţă, de coerciţie, cu efect de «boomerang» asupra părţilor; expresia emoţională domină asupra argumentelor logice; rata comunicării în grup scade; sunt antrenate mecanisme psihologice şi interpersonale ale luptei care duc la stres crescut, atmosferă tensionată, frustrări succesive ce antrenează în lanţ ostilităţi, forme de violenţă, agresivitate în limbaj (frustrare/agresiune); lipsa de încredere creşte; apare necesitatea unei soluţii. Escaladarea conflictului distruge normele reciprocităţii pozitive, înlocuindu-le cu unele de tip negativ (Schlenker, Goldman) care susţin un comportament concurenţial exagerat; tensiunile şi ostilităţile din grup sunt scăpate de sub control; reacţia de autoapărare a fiecărei părţi stârneşte violenţe fizice şi simbolice, agresivitate maximă; în această etapă conflictul atinge punctul culminant, „de vârf" care poate distruge total interacţiunea de grup, ajungând uneori chiar până la distrugerea fizică a părţilor, sau o poate reface printr-o schimbare structurală. Escaladarea conflictului e urmată firesc de orientarea spre soluţii raţionale de rezolvare a conflictului prin intervenţii legale de tip instituţional, prin negocieri şi compromisuri treptate, prin stimularea posibilităţilor de comunicare deschisă între părţi, prin captarea bunăvoinţei părţii adverse, prin apariţia „celei de a treia părţi» în calitate de mediator, moderator, facilitator, diplomat, sfătuitor, conştientizator, judecător, expert etc. (Johnson Pruitt), toate având un scop integrativ, de refacere a

interacțiunii sociale normale. Pentru a avea reușită în timp și eficiență în procesul interacțiunii sociale, de grup, compromisul final cerut de rezolvarea c. nu trebuie să fie privit de nici una din părți ca un semn al slăbiciunii sale, nu trebuie să fie speculat în procesul concilierii de nici o parte, ci apreciat prin funcția lui pozitiv-integrativă pentru unitatea și pacea socială. Incapacitatea adoptării unor soluții constructive, mutual acceptate duce fie la dezagregarea sistemului, fie la generarea unui echilibru precar și provizoriu, fundat pe forță. Specialiști în domeniu (De Drue: 1997) consideră de exemplu că o organizație fără conflicte nu este suficient de pregătită pentru a acea succes, nefiind diferențiată în ceea ce privește scopurile și atitudinile. În funcție de efecte, conflictul poate îmbrăca două aspecte: (vezi.aspectele c.) *c. negativ și/sau c. pozitiv*. (A.T.)

Etică – Știința care se ocupă cu studiul principiilor morale, cu legile lor de dezvoltare istorică, cu conținutul lor de clasă și cu rolul lor în viața socială; totalitatea normelor de conduită morală corespunzătoare ideologiei unei anumite clase sau societăți; morală. Privitor la etică, bazat pe etică, conform cu etica; moral. (A.T.)

Etichetare socială – Judecată de valoare ce presupune că o acțiune umană este deviantă, nu atât datorită caracteristicilor ei intrinseci, ci ca urmare a reacției sociale pe care ea o trezește. Această reacție se produce în funcție de stratificarea socială și culturală a unei societăți, de sistemul normelor și valorilor ei dominante, dar și de interacțiunea dintre autorii acțiunii sociale și cei care, prin poziția și interesele lor sociale, reacționează la această acțiune. Odată etichetată ca fiind deviantă, o acțiune devine realmente deviantă, deoarece consecințele sale sunt generate de etichetarea însăși, și nu de acțiunea in sine. (A.T.)

Etnic – **1.** Referitor la apartenența unui popor, privitor la formele de cultură și civilizație specifice unui popor. **2.** Grup etnic, grup cu tradiții culturale comune și care are sentimentul identității ca subgrup în cadrul societății înglobante. Membrii unui grup etnic diferă de ceilalți membri ai societății prin anumite trăsături culturale specifice: limbă, religie, obiceiuri, îmbrăcăminte, comportamente. Esențial însă este sentimentul

identității și autoperceperea lor ca fiind diferiți de alți membri ai societății. Link util: http://www.fdlp.ro/WHAT_IS_AN_ETHNIC_CONFLICT_?(A.T.)

Etnocentrism – Tendință de a judeca valorile altor culturi în raport cu propria cultură, considerată unic criteriu de apreciere a adevăratelor valori sau emiterea de judecăți de valoare asupra altor grupuri prin raportare la valorile și normele propriului grup. În mod obișnuit, etnocentrismul se manifestă ca asumare a superiorității propriei culturi și apreciere a altor culturi ca bune sau rele, înalte sau joase, majore sau minore, drepte sau greșite, în măsura în care se aseamănă sau se diferențiază de cultura proprie. (A.T.)

Evitare – **1.** Acțiunea de a evita. **2.** Manevră efectuată pentru întoarcere sau pentru a ocoli pe cineva sau ceva (obiect, obstacol, situație). (A.T.)

Evaluare – **1.** Determinare cu aproximație (sinonim cu estimare) a unei anumite cantități. În acest sens, evaluarea poate reprezenta o anticipare a operației de măsurare propriu-zisă sau o poate înlocui, atunci când nu este posibilă o măsurare suficient de exactă. **2.** Determinarea de către o colectivitate a valorii unor evenimente, fenomene, procese sociale, prin raportarea stării de fapt la un set de criterii (standarde) cu rol de etalon și acordarea de calificative în funcție de gradul de concordanță cu acestea. (A.T.)

Eveniment – (*lat. evenio, «a ieși la lumină», «a se întâmpla»*) **1.** în teoria probabilităților, evenimentul elementar este echivalent cu «rezultat posibil» al unui experiment aleator (experiment ale cărui rezultate nu pot fi prevăzute cu exactitate). **2.** Moment cu semnificație deosebită într-o serie de întâmplări sau acțiuni sociale. (A.T.)

Expresivitate – Delimitare exhaustivă a câmpului semantic al acestui concept ne conduce la următoarele sale forme:

a) expresia concretă și cotidiană;

b) expresia fotografică sau înregistrată (film; fotografie; bandă magnetică);

c) expresia mimată sau reprezentată (de un comediant obișnuit);

d) expresia artificială (mască, manechin).

Dintre toate formele de *expresivitate* cotidiană, considerăm că cea mai semnificativă este *expresivitatea* feței (mimica), iar dintre toate formele de *expresivitate*

artistică, acordăm un loc deosebit în procesul *comunicării*, gesticii (pantomimicii).

Există o disciplină de sine stătătoare – fizionomia – considerată studiul total al exteriorului fiinţei umane, al raporturilor dintre fizic şi moral care pot fi stabilite la orice persoană. Grecii antici au sintetizat aceste raporturi într-un singur cuvânt, *kalosagathos*[1], care înseamnă om cinstit, om bun (de la cuvintele greceşti, *kalos* = frumos şi *agathos* = bun), iar romanii în termenul *persona* = masca sub care actorul îşi juca rolul.

Dintre formele de *expresivitate* a feţei umane, *comunicarea* prin privire este foarte semnificativă. Prof. Septimiu Chelcea[2] subliniază că în legătură cu expresia ochilor există aproximativ 270 calificative stilistice apreciative care semnifică modul în care aceştia comunică stările sufleteşti ale posesorului lor.

După Michel Bernard[3] Corpul este revelatorul Fiinţei, iar *expresivitatea* corporală este liberatoare, devine „Sesam"-ul educaţiei. (E.D.)

[1] Enciclopedia ştiinţelor oculte, Bucureşti, Editura Teora, 1994, p. 113 şi urm.

[2] Septimiu Chelcea - Lungul drum spre tine însuţi, Bucureşti, Editura Militară, 1988, p. 56

[3] Michel Bernard - L'expressivite du corps, recherche sur les fondements de la theâtralite, Paris, Jean-Pierre Delarge edit., 1976

Facilitare – Acțiunea de a facilita și rezultatul ei; (sin.) înlesnire, ușurare. (A.T.)

Fascicul hertzian – emisiunea undelor hertziene, purtătoare a imaginilor și sunetelor, recepționate, apoi re-emise de antene sub această formă, ceea ce permite transmiterea lor la distanță surmontând obstacolele (munți, imobile etc.). (E.D.)

Fascism – **1.** Ideologie politică specifică secolului al XX-lea, care a stat la baza mai multor partide și mișcări politice din Europa, în perioada interbelică. Fascismul a ajuns ideologia oficială a mai multor state, având un rol determinant în declanșarea celui de al doilea război mondial. Fascismul a apărut în Europa după primul război mondial, și în epocă a stat la baza ideologiei unor partide de extremă dreaptă. Se caracterizează prin naționalism extremist, misticism, violență, demagogie socială etc.; *sin.* regim politic instaurat pe baza acestui curent. **2.** Curent politic și formă totalitară de guvernare, caracterizată prin naționalism, teroare și spirit agresiv. (A.T.)

Fax – Un sistem, asemănător telexului, dar mai perfecționat, care cuplând și un telefon, asigură transmiterea mesajelor scrise în ambele sensuri, cu foarte mare rapiditate. Strămoșul faxului actual îl constituie belinograful, aparat denumit așa de la numele fizicianului francez Eduard Belin, inventator al procedeelor fototelegrafiei și teleautografiei (transmiterea la distanță a scrisului și desenului); între 1907-1912, acesta a efectuat primele transmisii reușite pe un circuit telefonic, cu aparatul care-i poartă numele. Astăzi, faxul, ca și sistemele *E-mail* și *V-mail*, desființează diferențele de fus orar, precum și normele clasice de *comunicare*. (E.D.)

Fazele negocierii – Etapă distinctă în evoluția procesului negocierii. De-a lungul acestui proces, pot fi delimitate patru faze cu conținut relativ distinct: *protocolul de deschidere*; schimbul de informații și declararea pozițiilor; argumentația (persuasiunea); încheierea acor-

dului. În practică, adesea se întrepătrund şi sunt greu de delimitat. (E.B.)

Feminism (teorii feministe) – **1.** Ideologie care susţine egalitatea în drepturi, şi a şanselor între femei şi bărbaţi. **2.** Mişcarea care militează pentru acest lucru. Feminismul este o mişcare protestatară susţinută de femei şi având ca obiective principale: **a.** atacul legal împotriva tuturor formelor de discriminare sexuală (discriminare în selecţia profesională, în posibilităţile de carieră profesională, în admiterea în învăţământul superior, în stabilirea drepturilor salariale, în ocuparea unor funcţii publice etc.); **b.** atacul împotriva socializării tradiţionale în funcţie de sex (eliminarea stereotipurilor privind rolurile de sex conform cărora bărbatul este mai competent şi mai competitiv decât femeia); **c.** Atacul împotriva practicilor sexismului instituţionalizat. *v.şi sufragetă.* Această mişcare este generatoare de conflicte. (A.T.)

Fibră optică – Fibră de sticlă, care serveşte drept suport informaţiilor vehiculate prin intermediul ei sub formă de semnal luminos. A fost pusă la punct de Centrul Naţional Francez de Telecomunicaţii în anii '70 şi experimentată după 1984 la Biarritz (Franţa), apoi de către Marea Britanie, Japonia şi SUA.

În Franţa, oraşe precum Paris, Rennes, Montpellier sunt cablate parţial cu fibre optice, al căror cost este mai ridicat decât al cablurilor coaxiale (din fire de cupru), dar a căror fiabilitate este mult sporită (dublează capacitatea de transport a reţelei, semnalul putând fi transmis pe o distanţă mai lungă, în regim interactiv). (E.D.)

Film – Procedeu tehnic derivat din perfecţionarea şi dezvoltarea tehnicii fotografiei: între 1835 şi 1837, J. Daguerre a descoperit tehnica developării şi fixării fotografiei, pentru ca în 1899 industriaşul american George Easman (cel care fondase în 1830 firma Kodak) să fabrice filmul de nitroceluloză, utilizat apoi şi de Thomas Alva Edison. La 28 decembrie 1895, la Grand Cafe din Paris, Auguste Lumiere prezintă prima reprezentaţie cinematografică din lume: aceasta a constat în proiectarea a 10 filme de câte 2 minute, în prezenţa a 35 de spectatori, al căror bilet de intrare a costat un franc de aur. Prima proiecţie cinematografică românească avea să aibă loc după doar 5 luni, la 27 mai 1896, înaintea multor altor capitale europene, în saloanele

ziarului „L'Independance romaine", din Calea Victoriei nr. 46. În 1903, frații Louis și Auguste Lumiere realizează primul procedeu comercial de fotografie în culori (placa autocromă). În 1920, Louis Lumiere propune fotografia în relief (fotostereosinteza), iar în 1935 tot el pune la punct metoda anaglifelor pentru cinematograful în relief. (E.D.)

Scurt istoric al cercetării științifice asupra filmului

1914 - la Mannheim, Emilie Altenloch efectuează primele cercetări asupra publicului de film; concluzia - publicul cel mai numeros era alcătuit din muncitori, funcționari și tineri;
1930 - Herman Blumer inițiază primele anchete sistematice de sociologie a cinematografului;
1949 - A. Gemelli studiază filmul ca procedeu de analiză proiectivă;
1958 - G. Cohen-Seat intreprinde un studiu asupra unei filozofii a cinematografului;
1961 - E. Morin, în lucrarea sa „Spiritul timpului" (apărută la Editura Grasset din Paris), prezintă influența gesturilor și ținutei vestimentare în film;
1965 - E. Morin publică "Cinematograful sau omul imaginar" (Editura Gonthier, Paris); K. Zygulski scrie în revista „Kwartalnik Filmovy" (nr. 4) studiul „Cercetări sociologice asupra receptării filmului; J. Mitry studiază estetica și psihologia cinematografului;
1966 - A. Glucksman publică în revista „Communication" (nr. 7) - „Efectele scenelor de violență în cinema și tv";
1990 - comparativ cu 1960, intrările în sălile de cinema sunt de 5 ori mai reduse în Europa occidentală și de 8 ori mai reduse în Japonia;
1992 - încasările din film și teatru pe mapamond se ridică anual la 13,4 miliarde dolari, acestea reprezentând 8,5% din domeniul audiovizualului.

Conform unei bibliografii UNESCO, în primii 25 de ani postbelici s-au elaborat cca. 2.500 lucrări științifice având ca subiect filmul sau cinematograful. (E.D.)

Flash – Scurt (din engleză); buletin scurt de informații (2 - 3 min.). *Flash - back* - întoarcere scurtă (din engleză). (E.D.)

Flexibilitate – Calitate, însușire a ceea ce este flexibil. Trăsătură a cuiva/ceva care arată că poate suporta diferite acțiuni fără a suferi malformații sau deformări permanente. *sin.* elasticticitate.(A.T.)

Formal – Privitor la formă, care ține de formă, de aparență; formulat precis; categoric, expres; pătruns de formalism; făcut de formă. (Despre unele acte juridice, documente) care necesită anumită formă pentru a fi socotit legal sau valabil; solemn. (A.T.)

Frecvență – număr de oscilații pe secundă ale unui semnal electromagnetic; se exprimă în hertzi. Există mai multe tipuri de frecvențe:
- H.F. (Haute Frequence) sau unde scurte;
- V.H.F. (Very High Frequency) sau unde ultrascurte;
- U.H.F. (Ultra High Frequency) sau unde decimetrice;
- S.H.F. (Super High Frequency) sau unde centimetrice. (E.D.)

Frică – Stare de adâncă neliniște și de tulburare, provocată de un pericol real sau imaginar; lipsă de curaj, teama. *Loc. fără* ~– neînfricat; curajos. *Loc. adv.* – Cu frică – Cu teamă. Fără (nici o) frică – cu curaj. Nici de frică – nicidecum, deloc, o dată cu capul. Expr. – A băga (cuiva) frica în oase – a înfricoșa (pe cineva). A fi cu frica în spate (în sân) – A fi într-o continuă stare de neliniște și teamă. (A.T.).

Frustrare – Acțiunea de a frustra și rezultatul ei, care constă în privarea, lipsirea unui individ, unui grup sau a unei organizații de un bun, de un drept. Sentiment creat de această acțiune. *sin.* a păgubi; *prin extindere:* a înșela. (A.T.).

Funcțiile comunicării – Diferiți specialiști clasifică în maniere proprii funcțiile comunicării:

a) 1) informativă (informează auditoriul în probleme de actualitate sau în probleme generale);
2) de exprimare și cristalizare a opiniilor;
3) de instruire și educare;
4) de distracție, destindere, deconectare și folosire a timpului liber;
5) de convingere, integrare socială și întărire a participării sociale a individului;
b) 1) instructivă;
2) educativă, culturalizatoare;
3) de control social;
4) de compensare, deconectare;
5) publicitară;
După Gregory Bateson și Jurgen Ruesch, funcțiile comunicării sunt:
1) primirea, stocarea și transmiterea mesajelor;
2) prelucrarea informațiilor;
3) amorsarea și modificarea proceselor psihologice;
4) influențarea și dirijarea unor evenimente exterioare. (E.D.)

Funcțiile comunicării de masă – Harold D. Lasswell a stabilit următoarele funcții pentru comunicarea de masă:
1) supravegherea mediului;
2) corelarea segmentelor societății;
3) transmiterea moștenirii culturale,
în timp ce alți autori stabilesc pentru comunicarea de masă 6 funcții:

1) deservirea sistemului politic;
2) protejarea libertăților civice;
3) ordonarea efortului public;
4) obținerea de profit;
5) deservirea sistemului economic;
6) de divertisment.

După Jean-Claude Bertrand, există 4 regimuri de presă posibile (două autoritare – propriu-zis și comunist; două democratice - liberal și al responsabilității sociale). Funcțiile mass-media în regimul liberal sunt:
1) supravegherea mediului înconjurător;
2) furnizarea unei imagini a lumii;
3) transmiterea culturii;
4) servirea forumului (societății);
5) divertismentul.

J.R. Dominick subliniază că mass-media ocupă un loc important în viața noastră, având următoarele funcții:
1) de control;
2) de interpretare;
3) de legătură;
4) de transmitere a valorilor;
5) de divertisment.

Același autor menționează că oamenii folosesc mass-media la nivel individual pentru: cunoaștere, evadare din cotidian, stimulare, relaxare, utilitate socială.

Specialiștii autohtoni stabilesc următoarele funcții ale comunicării de masă:
1) de informare;
2) de interpretare;
3) de legătură;
4) culturalizatoare;
5) de divertisment.

Mihai Coman le numește chiar funcții socio-culturale ale mass-media.

Aurelian Bondrea menționează că „cercetarea și stabilirea funcțiilor comunicațiilor de masă reprezintă o problemă care întâmpină dificultăți la nivelul teoriei (concepția despre funcții) și al operaționalizării". Pentru reviste, în deplin acord cu Malcom Wiley, prof. A. Bondrea stabilește funcții ca:
1) de informare;
2) de analiză a informațiilor;
3) de constituire a unui "cadru general";
4) distractivă (de loisir);
5) enciclopedică (a furniza o informație suficient de diversificată).

Disfuncțiile comunicării de masă sunt:
1) deformează gusturile;
2) stimulează abaterea de la norme;
3) deteriorează morala (individuală și colectivă);
4) diminuează conștiința politică;
5) înăbușă tendințele creatoare. (E.D.)

Funcțiile limbajului – În ipostaza de canal de comunicare socială,

limbajul are mai multe funcții, clasificate astfel de diferiți specialiști:
- Buhler distingea, în 1933, doar 3 funcții: *expresivă* (în raport cu emițătorul), *conativă* (în raport cu receptorul), *referențială* (în raport cu un sistem de concepte);
- Ombredane, în 1944 descria următoarele niveluri funcționale: *afectiv* (țipătul, interjecția, exclamația), *ludic* (jocuri de asonanțe), *practic* (ordin și interdicție), *reprezentativ* (descriere și informare), *dialectic* (argumentație și raționament);
- Jacobson, în 1963 a precizat cele 6 funcții ale limbajului:

1) *referențială* - care, definind relațiile între mesaj și obiectul la care se referă, stă la baza întregii comunicări;

2) *emotivă (expresivă)* - centrată pe emițător, tinde să definească emoția, adevărată sau simulată; definește relațiile între mesaj și emițător, asigură limbajului afectivitate și subiectivitate, spre deosebire de cea referențială care îi asigură cognoscibilitate și obiectivitate; este foarte vizibilă în interjecții (ah, oh, oo, au) și onomatopee;

3) *conativă (injuctivă)* - stabilește relațiile între mesaj și receptor, întreaga comunicare având drept scop obținerea unei reacții a acestuia din urmă; se adresează fie inteligenței, fie afectivității receptorului; vocativul și imperativul sunt formele cele mai utilizate ale acestei funcții - iată câteva exemple: „O, soldați....!", „Opriți-vă!", „Ajutați-mă!";

4) *poetică (estetică)* - ce surprinde relația între mesaj și el însuși; este ilustrată de sloganul politic devenit clasic "I like Ike" (rimă în ecou), care dă mai multă putere și eficacitate formulei electorale analizate; un alt exemplu este dat de simetria celor trei verbe bisilabice cu consoană inițială și vocală finală, care dă splendoarea laconică a mesajului victoriei lui Cezar - „Veni, vidi, vici";

5) *fatică* - are drept scop de a afirma, de a menține sau de a opri comunicarea; servește la verificarea funcționării circuitului comunicațional sau la trezirea atenției interlocutorului (ex.: „Mă înțelegeți bine?"); poate să conducă la un schimb de forme ritualizate, dialoguri întregi, al căror unic scop este de a prelungi comunicarea;

6) *metalingvistică* - definește sensul semnelor pentru a fi înțelese de receptor în mod unic (monosemie) și a evita confuziile de sens (polisemia); ambiguitatea semnului polisemic este dată de context, în mesaj semnul nu are, în principiu, decât un singur sens. Jacques Claret subliniază că această funcție "este folosită în

mod curent. Ori de câte ori vrem să ne asigurăm de conformitatea expresiei cu codul în uz, ne servim de un metalimbaj: «ce este de spus ?», «vedeți ce vreau să spun ?», «nu vă înțeleg». (E.D.)

Limbi și limbaje umane

Printre cele mai minunate "invenții" făurite de om de-a lungul evoluției sale multimilenare se numără și limbajul său; din păcate, astăzi, nu putem afirma cu certitudine că limbajul este o creație a omului - depinde în care teorie a apariției omului pe Terra credem (geneza biblică, geneza științifică, panspermia cosmică - adică aducerea germenilor de viață de pe o altă planetă etc.). Oricum, creații ale omului sunt nenumăratele limbi care se vorbesc pe Pământ, semn distinct al diversității raselor umane și grupurilor etnice.

Cum a fost la origine

La origine, spune Biblia în "Cartea Genezei", întregul Pământ avea o limbă unică și aceleași cuvinte. Oamenii spun: - Vom construi un oraș și un turn (Babel-n.n.) al cărui vârf va atinge cerul. Dumnezeu zice: „Iată că ei sunt un singur popor și nu au decât o limbă unică..., acum nu la va fi imposibil să construiască".

Dar Dumnezeu i-a dispersat pe fața întregului Pământ și ei au încetat să mai construiască orașul și turnul. Lecția este clară: o limbă unică este un incomparabil instrument de putere!

Limbile cele mai vorbite din lume

Limba	Milioane de persoane pentru care este limbă maternă
1. chineza	1.300
2. engleza	450
3. hindi	350
4. spaniola	335
5. rusa	290
6. araba	200
7. bengali	180
8. portugheza	170
9. malaieziana, indoneziana	140
10. japoneza	125
11. franceza	120
12. germana	118
13. punjaba	70
14. javaneza	65
15. bihara	65
16. italiana	60
17. coreana	60
18. telugua	55
19. tamila	55
20. marata	50

Sursa: Anuarele statistice ONU, 1992-2004

Cum este azi și cum va fi mâine

Deși, numeric engleza nu ocupă decât locul doi în tabelul celor mai vorbite limbi de pe glob, totuși, este limba cea mai „puternică" azi. De ce ? Răspunsul la această întrebare este simplu, fiindcă este limba cea mai vorbită de partea cea mai civilizată a lumii (și aici se poate face o distincție interesantă - ce înțelegem

prin civilizație, care este raportul ei cu tradiția, cât de civilizată este o țară, o națiune, un popor; spre ce ne îndreptăm...).

Engleza, putem spune, este astăzi un mijloc de putere și chiar, un mijloc de a accede la putere. Ce va fi mâine și cât de departe este acest mâine (raportat la dimensiunea medie în ani a vieții umane - 70 ani), vom vedea. Deocamdată este clar că în sânul Comunităților Europene sunt acceptate oficial pentru comunicare mai multe limbi (și nu doar engleza): germana, franceza, spaniola, italiana (pentru a nu le cita decât pe cele mai importante ca număr de vorbitori, pe continentul nostru). În cadrul ONU și al organismelor sale predomină, însă, engleza. În prezent, ONU tinde să se substituie într-un organism (consiliu) mondial al popoarelor, dominat de membrii Consiliului de securitate (și interesele lor !), din care prevalează pe moment SUA. Cum va fi peste 10 - 20 - 30 de ani ? Este greu de prevăzut sau de intuit... Este foarte posibil să ne întoarcem la o limbă unică, aidoma începutului biblic. Să fie această limbă esperanto ? Una din megatendințele postulate de John Naisbit în lucrarea sa cu același titlu este și afirmarea limbilor și culturilor naționale.

Limbi artificiale și limbi noi, în formare

Încă din antichitate se știa că „zeii au fericit omenirea dăruindu-i o limbă comună" (Platon). La 1820, filosoful Ramon Lull în lucrarea sa „Ars Magna" propune un sistem de limbă scrisă pentru comunicarea între popoare. Ulterior, Rene Descartes (1596 - 1650), filosof și savant francez, a susținut formarea unei limbi simple pentru comunicarea între diferiți oameni. Puțini știu însă că au fost propuse, începând cu secolul trecut, cam 600 de limbi universale, dintre care putem aminti: „Kosmos" (1844), „Sol - re - do" (1858), susținute de Napoleon al III-lea și de Victor Hugo, "Novalitin" (1859), „Perio" (1904) și multe altele.

Tot în secolul al XIX-lea, în 1879, J.M. Scleyer a propus limba „Volapuk" care a avut la vremea sa cca. 500 mii de adepți iar în 1887, medicul polonez Zamenof - limba „Esperanto" (cu un vocabular romano - germanic și gramatică schematizată vorbită azi de un milion de persoane. In 1930, Ogden și Richards crează limbajul „Basic English" (cu 850 cuvinte în vocabular, din care 18 verbe), iar, după câțiva ani este experimentat „Basic French" (1 250 de cuvinte). Limbajul „Interlingue" din 1922 (conține cca. 10.000 de cuvinte din limbile europene de mare circulație; nu are gen, acord și declinare) tinde a fi înlocuit de „Glosa" o nouă limbă universală, pusă de curând la punct de Ron Clark, fost profesor la Universitatea Richmond (SUA). Glosa se bazează pe cca. 1.000 de cuvinte cu rădăcini grecești și latinești, ușor de înțeles și de învățat

pentru majoritatea popoarelor europene. „Glosa" ar putea fi învățată în numai patru luni și se speră că va fi adoptată ca limbă oficială a Comunității Europene.
Temporal, cele mai recente limbaje artificiale sunt cele care permit dialogul om - calculator (firește nu fac obiectul lucrării de față).

O limbă nouă, în formare și astăzi, deși apare menționată în documente încă din anul 1775 este „Papiamento" care se vorbește în insulele Antilele Olandeze, un mozaic format din cuvinte africane, olandeze, engleze, portugheze și spaniole.
În doctrina lingvistică a lui Ferdinand de Saussure, limba este considerată un fapt social (în sensul definit de sociologul E. Durkheim). Specialiștii, inclusiv creatorii limbilor artificiale au sesizat nenumărate apropieri lingvistice și semantice între limbi. Iată un singur exemplu semnificativ - cum „cântă" cocoșul în limba:
franceză - cocorico
spaniolă - quiquiriqui
engleză - cock a doodle doo
română - cucurigu

Câte limbi se vorbesc pe glob?

Nimeni nu poate da un răspuns la această întrebare. Potrivit unei statistici făcută de specialiștii germani, în prezent se cunosc în lume 5.651 de limbi. Până la efectuarea acestei statistici se estima că numărul lor oscilează între 2 și 3mii. Este destul de dificil de făcut demarcația între limbi și dialecte. Din numărul total menționat mai sus, cca. 500 de limbi sunt studiate în mod sistematic, iar cca. 1.500 nu sunt studiate de loc. Marile concentrări de dialecte de pe mapamond sunt localizate astfel:
a) în insulele Noua Guinee, 3 milioane de oameni vorbesc 1.010 dialecte diferite;
b) în bazinul fluviului Congo sunt vorbite 280 de dialecte africane;
c) în zona munților Hymalaia - 160 de dialecte asiatice.
d) peste 1.400 de limbi sunt pe cale de dispariție, fiind vorbite de un număr din ce în ce mai mic de oameni;
e) 3.167 limbi au peste 1.000 de vorbitori;
f) 2/3 din limbile vorbite pe glob nu posedă o scriere proprie.
În urmă cu 20 ani, Academia Franceză considera că populația planetei noastre vorbea 2.796 de limbi autonome (fără a cuprinde graiurile și dialectele, inventariate distinct). Toate aceste limbi fac parte din 11 grupe lingvistice principale și 50 grupe secundare, mai restrânse. Academia Franceză consideră că vorbitorii de pe Terra folosesc între 7 și 8.000 de dialecte diferite.
Până în 1989, Biblia a fost tradusă in 1.928 de limbi. 80% din populația planetei are acces la Biblie, după datele publicate de Alianța Biblică Universală.

Clasificări ale limbilor

(după A. Meillet și M. Cohen)
1) indoeuropene (grupa cu cel mai mare număr de vorbitori)

a) germanice (400 mil. persoane);
b) romanice (370 mil. persoane);
c) slave (270 mil. persoane);
d) indo - iraniene (400 mil. persoane);
2) semito - hamitice (în peninsula arabică şi nordul Africii)
a) araba;
b) egipteana;
c) berbera;
3) alte familii
a) ungaro - finice (maghiara, finlandeza);
b) turco - mongole;
c) chino - tibetane;
d) negro - africane.

Limbi ale minorităţilor

La 5 noiembrie 1992, mai multe state din răsăritul şi apusul Europei au semnat Carta Europeană a Limbilor Minoritare, care garantează folosirea neîngrădită a limbii naţionalităţilor în viaţa publică; documentul subliniază în acelaşi timp că trebuie eradicată discriminarea minorităţilor care vorbesc o anumită limbă maternă. Astăzi este clar faptul că fără limbi şi limbaje, naturale sau artificiale, n-am fi ajuns niciodată pe această treaptă de civilizaţie. Omul le-a „inventat" pe toate pentru a se exprima şi a fi înţeles mai bine, mai simplu, în relaţiile de comunicare cu semenii săi de pe Terra sau... de pe alte planete din Univers.

Funcţiile presei – Apreciem că presa are patru mari funcţii: să informeze, să interpreteze, să educe şi să distreze. La început presa a avut un rol exclusiv informativ, ziarele având o răspândire limitată. Astăzi transmiterea ştirilor, rămâne prima grijă a presei pentru că, aşa cum arată Societatea Americană a Ziariştilor, „prima funcţie a presei este să comunice rasei umane, ce fac, ce simt, şi cum gândesc membrii ei".
Presa trebuie servească în primul rând comunităţii, realizând o privire critică asupra întregii realităţi pe care o prezintă şi având două mari roluri: a) de relatare a faptelor (construcţie simplă, imparţială, obiectivă, exactă); b) de relatare a opiniilor. Prin politica informaţiei pe care o practică, prin natura scopurilor pe care şi le propune, precum şi prin modul în care îşi exercită funcţiile, presa are o imensă răspundere morală.
Roger Clausse subliniază că presa are cinci funcţii fundamentale, şi anume:
1) informare;
2) formare;
3) exprimare;
4) presiune;
5) psihoterapie.
Octavian Butoi clasifică astfel funcţiile presei:
1) informare;
2) educare;
3) popularizare;
4) generalizarea experienţei pozitive;

5) propagandă;
6) distracție;
7) publicitate. (E.D.)

Funcțiile negocierii – Rol, sarcină a negocierii.

Acestea sunt: *rezolvarea conflictelor*; adoptarea deciziilor; introducerea schimbării în organizație; realizarea schimburilor economice (Faure). Deoarece primele trei se regăsesc mai ales în cadrul discuțiilor legate de organizații, aceasta face ca ele să fie tratate adesea în cadrul *negocierii manageriale*, în timp ce realizarea schimburilor, în cel al *negocierii comerciale*. *(E.B.)*

G

Genocid – Distrugerea deliberată şi sistematică a unei întregi comunităţi, ori a unui grup etnic, rasial sau cultural, dintr-un anumit teritoriu. Genocidul este de regulă rodul unei politici de exterminare; cei care recurg la el au întotdeauna o justificare, considerând populaţia respectivă fie inferioară, fie periculoasă din punct de vedere fizic, moral, religios, politic sau economic. În general, tocmai din această cauză, *g.* nu poate fi rezultatul unui conflict militar, decât dacă în confruntarea colectivităţilor respective cel puţin una şi-a propus în mod deliberat exterminarea alteia. (A.T.)

Grevă – Formă de luptă a angajaţilor constând din încetarea organizată a activităţii într-una sau mai multe întreprinderi, instituţii etc., cu scopul de a determina patronul, guvernul sau autorităţile să satisfacă unele revendicări (economice, politice). (A.T.)

Greva foamei – Gest de protest extrem manifestat prin refuzul de a mânca, fiind folosit de cineva ca semn de protest împotriva unor acte considerate nedrepte sau samavolnice ale autorităţilor. (A.T.)

Grilă de programe – Repartiţia programelor radio-tv după un orar regulat, construit mai întâi pe hârtie. (E.D.)

Gafe de limbaj – Încurcături produse ca urmare a înţelegerii greşite a sensurilor unor mesaje, înţelegere greşită datorată polisemiei comunicării umane. (E.D.)

Harta conflictului – Instrument de ghidare care vizualizează mai uşor posibilele soluţii, imaginat de Helena Cornelius şi Shoshana Faire, cu rolul de a soluţiona conflictele şi de a preveni apariţia lor. Cuprinde: fapte, acţiuni, aspiraţii, temeri, iar întocmirea ei presupune parcurgerea a trei paşi: 1. definirea problemei; **2.** stabilirea participanţilor la conflict (grupaţi, dacă sunt mai mulţi, în funcţie de interesele pe care le urmăresc); **3.** identificarea nevoilor şi a temerilor reale ale părţilor. (E.B.)

Handy cam – Cameră de mână (din engleză); cameră portabilă, având masa de 7-8 kg cu magnetoscop încorporat. *Betacam.* (E.D.)

I

Ierarhie – (fr. *hiérarchie*) În general, sistem de ordonare pe grade, funcții, autorități etc. În conștiința comună, ideea de ierarhie este asociată cu o dispunere spațială pe verticală: elementul «de deasupra» este preferat celor «de dedesubt». În teoria conflictelor: sistem de priorități, clasificare a unor obiecte în raport cu importanța acordată lor, cu preferințele. *sin.* nivel, rang, scară, stare, ordine, orânduire. (A.T.)

Imparțialitate – Calitatea de a fi imparțial. Aceasta se explică prin obiectivitate, justețe, nepărtinire în aprecieri. *sin.* nepărtinire, obiectivitate. (A.T.)

Incertitudine – **1.** (*lat. incertus; fr.*) Stare de nepredictibilitate a evenimentelor, a rezultatelor acțiunii umane; dificultate a procesului de decizie de a identifica soluția cea mai bună la problemă, în raport cu sursele sale. **2.** Frământare. *sin.* ezitare, îndoială. (A.T.)

Incompatibilitate – **1.** Faptul de a fi nepotrivit, necompatibil. **2.** (DR.) Interzicere (prevăzută de lege) de a cumula două funcții, sarcini, sau profesiuni, două atribuții care prin caracterul lor sunt contradictorii și nu pot fi exercitate/ocupate în același timp. (exemplu: angajat într-o structură de control de stat și agent economic privat în domeniul controlat; judecător și avocat). v. și *conflict de interese.* (A.T.)

Infidel – Care este inexact, care nu exprimă sau respectă adevărul, realitatea; care nu este fidel; care își încalcă sentimentele față de cineva; *sin.* nestatornic, necredincios în sentimente, nefidel. (A.T.)

Informație – (de la latinescul *informare* = a da formă, a fasona, a face cunoscut, a pune la curent) este definită ca:

- ansamblu de date, știri, indici etc. care modifică starea internă a sistemului receptor, determinându-i o anumită reacție de răspuns în raport cu un anumit obiect (sistem) denumit sursă ;
- resursă de abilități care modifică mentalități;
- nevoie a creierului, formă de bază a nutriției psihice, cu funcții importante în realizarea cunoaș-

terii și afirmării omului ca ființă sociabilă;
- ansamblul activităților, instituțiilor și efectelor care au ca obiect primirea, transmiterea, alegerea și prezentarea faptelor considerate ca semnificative pentru viața socială;
- un produs brut sau semifinit care, departe de a fi rar, este în general abundent;
- măsura a ceea ce este nou, imprevizibil în mesaj.

Diferiți teoreticieni îi subliniază atuurile:
- A fi informat înseamnă a ști nu numai ce se petrece, ci și a cunoaște rațiunile și metodele de decizie... Absența informației, deci lipsa participării la sistemele de decizie și organizare definește alienarea (Alain Touraine);
- Informația înseamnă putere, reprezintă instrumentul esențial al puterii (Michel Crozier);
- Informația este un puternic catalizator al progresului... Este necesară o cooperare internațională și interguvernamentală între statele dezvoltate și cele mai puțin dezvoltate, pentru ca informația și comunicarea pozitivă - să contribuie la întărirea păcii și înțelegerii internaționale, la promovarea drepturilor omului (Francis Dessart);
- Omul atunci când este bine informat este un cetățean, iar când este prost informat este un sclav (Alfred Sauvy);
- Națiunea care stăpânește domeniul prelucrării informației va poseda cheile la conducerea lumii în secolul XXI (Robert E. Cahn, Agenția pentru proiecte de cercetare avansată în domeniul apărării a SUA);
- Fiind partea cea mai comunicabilă a realității, poate trece foarte ușor de pe o substanță pe alta, ceea ce face posibil ca substanțe diferite să poată aduce aceeași informație și substanțe asemănătoare să poată aduce informații diferite. Deși este indisolubil legată de substanța și de energia care o generează și o transportă, informația reprezintă un alt aspect al materiei, care are alte legi de transformare și de conservare (A. Restian, 1980)

Încă din 1949 *Declarația Universală a Drepturilor Omului* proclamă dreptul omului la informare și comunicare (art. 19). Cu toate acestea, în prezent difuzarea informației se face în mare măsură în sens unic, plecând de la câteva centre situate mai ales în țările dezvoltate, care au instituit un real monopol asupra informațiilor și știrilor de actualitate care reflectă, în general preocupările,

aspirațiile și modelele culturale ale societăților de unde sunt difuzate. În deceniile 8 și 9 ale secolului al XX-lea s-a vorbit foarte mult despre *societatea informației*, o *nouă ordine mondială în domeniul informației și comunicațiilor* sau *societatea globală informațională* despre *noua societate informatică holonică* (de la cuvintele grecești *holos* = întreg și *on* = parte; armonia organică între întreg și parte). În 1972, în Japonia a fost creat *Institutul pentru Societatea Informațională*, obiectiv strategic japonez pentru anul 2000. Comunitatea Europeană a aprobat pentru a realiza acest deziderat următoarele programe de profil:

- ESPRIT (încă din 1984) - coordonarea și promovarea cercetării în domeniul tehnologiilor informației;
- IMPACT - stimularea cererii de servicii de informații electronice;
- MEDIA - încurajarea creării de rețele audiovizuale transfrontaliere;
- TEDIS - promovarea schimbului de date informative,

la care se adaugă următoarele programe naționale:

- RENAC - rețeaua națională de calculatoare;
- RENOD/RENAC - rețea nodală pentru RENAC;
- CEDINF - cercetare și dezvoltare în informatică;
- ISR - informatizarea societății românești.

În martie 1994, la Buenos Aires, delegații la prima conferință mondială privind dezvoltarea Uniunii Internaționale de Telecomunicații au hotărât realizarea unor servicii universale pentru toți membrii societății, la scară globală și crearea infrastructurii informaționale globale. Cu ocazia reuniunii din Insula Corfu (Grecia) - 24 - 25 iunie 1994, un grup de experți condus de M. Bangemann, comisarul Uniunii Europene cu probleme de telecomunicații și tehnologia informației, a prezentat Consiliului European documentul intitulat *Europa și societatea informațională planetară*, denumit și Raportul Bangemann, structurat pe următoarele capitole:

I. Societatea informațională - noi modalități de a lucra și trăi împreună;
II. O revoluție (industrială) impusă de piață;
III. Punerea în aplicare a programului (de lucru);
IV. Bazele tehnologice ale societății informaționale – sarcini pentru sectorul privat.

Clubul de la Roma a studiat în anul 1995 *societatea și multimedia*, iar la reuniunea celor șapte țări industrializate de la Bruxelles (23 - 25 februarie 1995) s-a dezbătut un program de creare a așa numitelor

autostrăzi ale informației, ca suport al societății informaționale.

Cronologia unor descoperiri legate de teoria informației

- 1920 -1930: R.A. Fisher definește informația ca o noțiune clasică a statisticii matematice;
- 1932 (1948?): inginerul electronist și matematicianul C.E.Shannon, publică lucrarea «O teorie matematică a comunicației», în care definește entropia informațională ca unitate de măsură pentru nesiguranța medie a unei știri;
- 1948: Norbert Wiener publică «Cibernetica sau știința comenzii și comunicării la ființe și mașini»;
- 1950: se organizează la Londra primul simpozion de teorie matematică a informației;
- 1953: apare revista IRE The Tranzaction of Information Theory;
- până în anul 2015, Coreea de Sud va cheltui 60 miliarde dolari pentru realizarea unei puternice bănci de date, care va avea ca scop susținerea și promovarea firmelor coreene pe piața internațională a informaticii și telecomunicațiilor.

Caracteristicile și clasificarea informației

Ca resursă inepuizabilă, *informația* poate fi locală, dar și omniprezentă; comprimabilă, dar și extensibilă, poate funcționa ca substitut (înlocuiește capital, resurse umane, materii prime, ale informații) și este transportabilă cu diferite viteze. Conceptul de informație tinde să devină un concept fundamental al științei și civilizației contemporane. Informația a stat întotdeauna la baza activității umane, aparținând patrimoniului comun al întregii omeniri. Vernon Rutham de la Universitatea Minnesota (SUA) face distincție între:

- *informația directă*, comunicată între doi sau mai mulți interlocutori care stau față în față;
- *informația indirectă*, comunicată prin intermediul mass-media sau conținută în entități materiale (mașini și utilaje noi; soiuri noi de semințe; atomi, molecule noi etc.).

Mahele Ilombi, în disertația sa doctorală prezentată la Departamentul de Comunicare Socială al Universității Catolice din Louvaine, subliniază faptul că informația trebuie să fie un drept inalienabil și o datorie fundamentală. Blocarea accesului la informație, selectarea voită a acesteia sunt însă practici cotidiene. M. Ilombi consideră că există 3 categorii de factori care produc «informația blocată»: factori tehnici, politici și umani (la nivelul intrării informației); agenția de presă, presa scrisă și vorbită (la nivelul tratării informației); și din nou, factori tehnici, politici și umani (la nivelul ieșirii informației).

Notăm faptul că informațiile de ultimă oră, materializate în noi produse și imagini ale minții umane pot fi considerate tot *informații directe*, dacă transmiterea lor de către emițător nu este mediată. De altfel, Academia Franceză a definit încă din 1966 *informatica* drept știința tratării raționale, prin intermediul mașinilor automate a informației considerată ca suport al cunoștințelor și comunicărilor în domeniiile tehnic, economic și social.

În prezent specialiștii apreciază că cca. 45% din totalul resurselor umane franceze activează în sectoarele informatice și cca. 2000 de bănci de date sunt constituite pe întregul mapamond. Lumea a intrat într-o nouă eră - a informației și imnformaticii. Societatea globală informațională prinde contur chiar sub ochii noștri.

Insecuritate – Stare emoțională resimțită la nivel individual, de grup sau social, ce se traduce prin conștientizarea unei amenințări potențiale sau actuale și ruperea echilibrului afectiv ce caracterizează tonusul vieții relațiilor sociale. (A.T.)

Interactiv – emisiune radio - tv în care receptorul poate să comunice în direct (de regulă prin telefon), cu emițătorul mesajului. (E.D.)

Interes – **1.** Categorie care desemnează stimulul fundamental al activității omenești; preocupare pentru obținerea unui succes, un avantaj; râvna depusă într-o acțiune pentru satisfacerea anumitor nevoi. **2.** Orientare activă și durabilă, dorința arzătoare de a cunoaște și de a înțelege ceva sau pe cineva. (v. și *conflict de interese).* (A.T.). *sin.* Avantaj, folos, câștig, profit. Loc. adj. – *De interes general* (sau public) – de importanța socială, util societății. Expr. – *A-și face interesele* – a fi preocupat numai de satisfacerea intereselor personale. (A.T.)

Intoleranță – Lipsă de toleranță, de îngăduință; neîngăduință, de nesuportat. (A.T.)

Ireconciliabil – Care nu se poate pune de acord, care este de neîmpăcat; nereconciliabil. (A.T.)

Înaltă definiție – Ameliorarea calității imaginii tv, apropierea ei de calitatea imaginii cinematografice. Conține peste o mie de linii baleiate și utilizează un standard particular de colorare (standardul Mac-HD, creșterea formatului ecranului, sunet stereoscopic). Ocupă mai mult spațiu pe banda de frecvență, se pretează transmisiilor prin satelit. (E.D.)

Judecător – **1.** Funcționar de stat, numit sau ales (în funcție de sistem), care soluționează pe calea justiției procesele prin pronunțarea unei hotărâri; **2.** Persoană solicitată să-și exprime părerea într-o chestiune în vederea stabilirii adevărului. *sin.* arbitru. (A.T.)

Judecătorie – Instituție judecătorească având competența de a soluționa în primă, sau în ultimă instanță anumite pricini prevăzute de lege; clădire unde se află sediul acestei instanțe. (A.T.)

Jurisdicție – Puterea, competența de a judeca a unui judecător sau a unei instanțe. **1.** Totalitatea instanțelor judecătorești de același grad. **2.** Ansamblul organelor care au competența de a judeca pricini de aceeași categorie. **3.** Teritoriu în care un judecător/o instanță judecătorească/ o autoritate își exercită puterea. (A.T.)

Late evening – Intervalul de timp dintre orele 22 - 6, în care programele publicitare se adresează publicului care obişnuieşte să se culce târziu. (E.D.)

Legea talionului – Formă primitivă de pedeapsă la unele popoare din vechime prin care se aplica vinovatului o pedeapsă identică cu fapta de care se făcea culpabil. Expresia «Dinte pentru dinte. Ochi pentru ochi» exprimă legea Talionului. (A.T.)

Legitim – (lat. *legitimus).* Care este întemeiat prin lege, care se justifică prin lege. *Legitimă apărare* – situaţie în care cineva comite un act de violenţă pedepsit de lege, dar justificat ca act de apărare împotriva unei agresiuni imediate şi injuste. (Despre căsătorie) – făcut cu îndeplinirea formelor legale; (despre copii) – născut din părinţi căsătoriţi; sau copil recunoscut de tată. *sin.* care este justificat, îndreptăţit; just, echitabil. (A.T.)

Legitimitate – Însuşire a ceea ce este legitim, drept, justificat. (A.T.)

Lider – (engl. *conducător*), Persoană care este responsabilă (*lider formal*) şi care exercită puterea; şi/sau are o mare influenţă (*lider informal*) în cadrul unor grupuri sociale de diverse mărimi (societăţi, naţiuni, comunităţi, organizaţii, grupuri mici etc.). Atributele definitorii ale liderului sunt exercitarea funcţiei de conducere şi luarea deciziilor. Se face distincţie între liderul formal, persoana desemnată (numită) cu funcţia de conducere pe cale instituţională (lider instituţional) şi leader informal, respectiv persoana care exercită cea mai mare influenţă în cadrul grupului (lider neoficial). (A.T.)

Limbaj – Fenomen social determinat, care determină, la rândul său, celelalte fenomene sociale. A. Meillet subliniază că *limbajul* este un fapt eminamente social, faptele de vocabular reflectând fapte de civilizaţie. Ioan Balin consideră limbajul o instituţie colectivă ale cărei reguli se impun indivizilor. *Limbajul* reprezintă cel mai utilizat *canal de comunicare* socială, iar teoriile care explică această aserţiune sunt de mai multe feluri:

a) teorii ale revelației – susțin originea supranaturală a limbajului;
b) teorii psihologizante care acordă primul rol factorilor psihici individuali;
c) teorii sociologizante – în care factorii sociali joacă rolul predominant în formarea limbajului.
Jacques Claret arată că „filogeneza (experiența generațiilor trecute) orientează ontogeneza (experiența individuală). In acest sens se poate spune că limbajul «creează» o imagine a lumii... Noi ne construim frazele și gândurile cu cărămizile limbajului, așa cum arhitectul construiește o casă. Limbajul este opera comună și continuă a tuturor membrilor corpului social."
Edmond Nicolau susține că omul dispune de cel puțin 3 limbaje:
1) un limbaj ce servește comunicării – acesta este canalul, suportul comunicării;
2) un limbaj de referință, care se poate exprima în mai multe limbi umane - acesta este mesajul propriu-zis;
3) un limbaj propriu neuronilor, în structurarea căruia intervin factorii bio-psiho-sociali.
Omul are... posibilitatea să-și corecteze în permanență modelul lumii exterioare și să-și amelioreze în același timp și modelul de limbaj utilizat. Aici trebuie să studiem și diferite aspecte de optimizare: cuvintele utilizate frecvent vor fi mai scurte (legea Condon - Estoup - Zipf - Mandelbrot), fenomenele vor avea o anumită lege de distribuție în funcție de frecvență etc.
J.L. Aranguren vorbește de *limbaj* ca realitate (determinat de evenimente), dar și ca structură (construcție, reconstrucție), clasificându-l în două mari grupe - scris și oral - în funcție de dimensiunile - cognitivă și emotivă - pe care le conține.
Limbajul are următoarele trăsături:
- este o componentă distinctivă a naturii umane;
- prezintă universalitate semantică;
- se transmite la distanță, în spațiu și timp;
- se caracterizează prin informație abstractă.
Pornind de la o clasificare a lui Karl Popper, funcțiile *limbajelor* umane pot fi grupate în trei categorii:
a) inferioare, comune cu ale limbajelor animale (autoexpresia, semnalizarea);
b) superioare, specifice limbajelor umane (descrierea, argumentarea);
c) mixte (consultarea și îndemnul).
Limbajul uman (*limba*) este purtător al tradițiilor milenare dar și instrument indispensabil al gândirii, *instituție colectivă ale cărei reguli se impun indivizilor* (J. Piaget).

Edmond Nicolau vorbeşte de un *limbaj al neuronilor,* precum şi de *limbaje umane* (între 2 000 şi 8 000) care pot fi: limbi naţionale (aşa numitele limbaje spontane, naturale) şi limbajele programate, artificiale, create de om. (E.D.)

Limbaj proiectat

Sunt bine cunoscute limbile de tipul esperanto. Chiar dacă ele nu s-au răspândit şi nu au generat texte literare semnificative, subliniem efortul proiectării lor în cadre cât mai logice. Pe de altă parte, se poate studia, cu interes, fenomenul reînvierii unor limbi ce păreau moarte şi care au fost repuse în circulaţie în ultimul timp.

Este mai puţin bine cunoscut faptul că proiectele de limbi universale sunt cu mult mai vechi decât s-ar crede. Unul din primele proiecte în acest sens este cel elaborat de John Wilkins, care, la Londra în 1668, a elaborat o „Încercare de caracter grafic real şi de o limbă filosofică". Mult discutată la finele secolului al XVII-lea, această limbă, ca şi autorul său (episcop de Chester) au format obiectul unor atacuri umoristice.

Iată programul lui Wilkins, prezentat de el însuşi:

„Dacă fiecărui lucru şi fiecărei noţiuni li se atribuie un semn distinct şi dacă am avea o metodă pentru a indica derivaţiile şi flexiunile gramaticale, aceasta ar fi suficient pentru a atinge unul dintre principalele rezultate la care conduce stabilirea unui caracter grafic real, anume exprimarea conceptelor noastre prin semne care reprezintă lucrurile şi nu cuvintele. De asemenea, dacă s-ar adopta, pentru a servi de nume acestor lucruri anumite cuvinte distincte, însoţite de anumite reguli invariabile pentru derivaţiile şi flexiunile gramaticale care sunt naturale şi necesare, şi numai pentru acestea, am avea o limbă cu mult mai uşoară şi mai comodă decât toate cele care există. Dacă aceste semne sau note ar putea fi inventate astfel încât să aibă dependenţe sau relaţii mutuale, în raport cu natura lucrurilor şi noţiunilor pe care le reprezintă şi, de asemenea, dacă numele lucrurilor ar putea fi dispuse astfel încât să conţină în literele şi sunetele lor o anumită afinitate sau opoziţie, răspunzând, într-un fel oarecare, la natura lucrurilor pe care le reprezintă, ar fi, fără îndoială, un nou avantaj şi ar fi nu numai un mijloc mai bun de a ajuta memoria prin metoda naturală, dar ar fi un preţios beneficiu pentru inteligenţă. Într-adevăr, învăţând semnele şi numele lucrurilor, am fi instruiţi, în acelaşi timp, în legătură cu natura lor şi am câştiga astfel această dublă cunoştinţă pe care ar trebui întotdeauna să o avem".

... Metoda lui Wilkins a fost analizată în detaliu de cunoscutul lingvist Max Muller în „Noi lecţii de ştiinţă a limbajului".

după E. Nicolau - Limbaj şi strategie, Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, Colecţia „Ştiinţa pentru toţi", pp.112 – 118.

Limbaj de comunicare – Reprezintă o grupare de sensuri şi semnificaţii, sub formă de simboluri - verbale, neverbale, picturale, plastice, mimice - care formează *comunicarea* însăşi. Este o convenţie prin care realitatea desemnată se transformă în *semne* purtătoare de sensuri şi semnificaţii. (E.D.)

Limbaj secret – Ansamblu se semne şi semnificaţii accesibile numai iniţiaţilor. M. Eliade se ocupă, într-unul din primele sale studii de substanţă, de *limbajele secrete*, care nu trebuiesc confundate cu „tabu"-urile lingvistice, în pofida polivalenţei simbolice pe care o posedă: Iniţiativa particulară, imaginaţia personală, raporturile speciale dintre indivizii unui grup uman închis - cauze care colaborează în mare măsură la crearea limbilor speciale şi a argot-urilor - nu intervin decât într-un mod cu totul secundar în cazul limbajelor secrete.
De cele mai multe ori, acestea din urmă nu sunt decât formularea unor simboluri care le preced cu mult apariţia. În timp ce limbile speciale şi argot-urile cresc şi se împrospătează neîncetat, prin imaginaţia unor anumiţi indivizi şi prin „viaţa" grupului închis (împrejurări extraordinare, drame, conflicte etc.) - limbajele secrete nu sunt modificate de indivizi, nu au istorie. (E.D.)

Limbă – Sistem de semne care exprimă idei. Prin aceasta este comparabilă cu scrisul, alfabetul surdo-muţilor, riturile simbolice, formele de politeţe, semnele militare etc. Este cel mai important dintre aceste sisteme de semne. Sarcina lingvistului constă în a identifica aceste *semne*, unităţile cele mai reduse care constituie limbajul; fonemele (expresia lor auditivă), morfemele (expresia obiectivă), grafemele (expresia grafică), studiind posibilităţile de separare sau combinare a acestor unităţi. *Limba* este una din cele mai mari creaţii ale omenirii, neegalată decât de confecţionarea uneltelor şi utilizarea lor în procesele de muncă... Sociologia limbii nu se confundă cu sociolingvistica (ramură a lingvisticii care studiază determinarea socială a limbii), ea nu se ocupă de limbaj ca atare, ci, de rolul acestuia în viaţa socioculturală, în special de fenomenele sociale şi culturale care se nasc, se manifestă şi se dezvoltă prin limbă sau se exprimă prin mijloace verbale.
Încă din antichitate, Platon, în dialogul „Cratylos" a susţinut

importanța problemei *limbii* și a legăturii „naturale" între lucruri și *cuvinte,* iar Aristotel arăta că „gândurile sunt semne ale lucrurilor, iar *cuvintele* sunt semne ale gândurilor"; pentru Heraclit, *limba* era identică, cu existența. Stoicii și epicurienii susțineau că există două perioade în formarea limbii: **1.** corelarea cuvântului semnificant cu lucrul semnificat; **2.** evoluția limbii în cadrul comunității și convențiile stabilite aici. Vitruviu, arhitect roman contemporan cu Cezar și Octavian, descrie astfel apariția limbii: «În starea lor primitivă, oamenii se năşteau ca fiarele în păduri şi peşteri şi crânguri, şi îşi trăiau viaţa nutrindu-se cu roade sălbatice... în întâlniri, oamenii emiteau felurite strigăte care, repetate zilnic, au ajuns să formeze cele dintâi cuvinte. Numind în felul acesta lucrurile cele mai uzuale, oamenii începură întâmplător să vorbească şi astfel, au creat graiul între ei.» Edmond Nicolau completează această teorie: «Dezvoltarea limbajului uman a fost posibilă datorită capacității informaționale foarte mari a oamenilor, la care aceştia au ajuns în urma unor modificări atât ale sistemului lor nervos, cât şi ale sistemului fonator.»

Ansamblul proprietăților *limbilor* naturale face ca ele să fie improprii operațiilor de tip formal; pentru a atinge acest scop s-au construit limbaje artificiale care permit să se opereze asupra expresiilor (combinațiilor de semne) cu precizie adecvată.

Gânditori de marcă ai omenirii au următoarele păreri despre *limbă:*

- Alexander von Humboldt - *limba* nu este operă (argou) ci, activitate (energia), proces de simbolizare a formelor sale externe, cărora le corespund, în forma internă, elaborări semantico-gramaticale diferite;
- Benedetto Croce - *limba* este un sunet limitat și articulat, organizat pentru scopurile expresiei;
- Georg Friedrich Wolfgang Hegel - *limba* este actul intelectului teoretic, în adevăratul sens, deoarece ea este expresia lui exterioară;
- Rudolf Carnap - *limba* este un sistem de acțiuni sau mai curând, de obișnuințe, adică de aptitudini, pentru anumite acțiuni, care servesc mai ales scopurilor de comunicare și coordonare a acțiunilor membrilor unui grup;
- Roland Barthes - *limba* este un corp de prescripții și deprinderi, comun tuturor scriitorilor unei epoci... este un obiect social prin definiție, nu unul prin alegere;

- Mihai Eminescu - *limba* noastră nu e nouă, ci, din contră, veche şi staţionară. Ea e pe deplin formată în toate părţile ei, ea nu mai dă muguri şi ramuri nouă, şi a o silnici să producă ceea ce nu mai e în stare, înseamnă a abuza de dânsa şi a o strica. Pe de altă parte, veche fiind, ea e şi bogată pentru cel ce o cunoaşte, nu în cuvinte, dar în locuţiuni. Căci, la urma urmelor, e indiferent care sunt apucăturile de care se sluţeşte o limbă, numai să poată deosebi din fir în fir gândirea de gândire" („Despre limba cărturarilor români din Ardeal. Scrieri"). *Limba* românească este dintre cele cu dreaptă măsură; ea n-are consoane prea moi, nici prea aspre, nici vocale prea lungi sau prea scurte, mai toate sunetele sunt medii şi foarte curate... Maturitatea culturii publice a spiritului poporului se manifestă cu deosebire în limba sa şi între culţii unui popor se numără cu deosebire numai aceia care au suit înălţimea şi domină terenul întreg („Rolul literaturii naţionale în spiritul public");
- Ferdinand de Saussure - „*limba* este un sistem convenţional de semne intercorelate şi interdependente, exprimând idei... un sistem de termeni solidari în care valoarea unuia nu rezultă decât din prezenţa simultană a altora", în timp ce cuvântul reprezintă „aplicarea acestui sistem abstract fără ca cei ce-l folosesc să înţeleagă necesarmente complexitatea relaţiilor din care este compus;
- Jean Piaget - În viaţa colectivă, *limbajul* constituie un sistem de semnificaţii la puterea întâi, se dublează cu sisteme la puterea a doua, de exemplu, *miturile*, care sunt totodată simboluri şi semnificaţii, vehiculate prin semnificanţi verbali sau grafici... Transmiţându-se coercitiv, din generaţie în generaţie, limbile şi mesajele, ca forme particulare ale limbajului, se modifică şi adaptează necontenit. (E.D.)

Lingvistica – Numită şi ştiinţa despre *limbă,* căreia îi studiază diversitatea şi evoluţia, explicând posibilităţile şi necesitatea acesteia pentru a deduce, pornind de la aceste fundamente, unitatea, varietatea şi devenirea limbilor. Obiectul acestei ştiinţe îl constituie limbajul uman, analizat nu numai ca instrument de comunicare, dar şi de gândire şi construire a imaginii lumii. (E.D.)

Litigiu – (lat. *litigium).* Conflict între indivizi, grupuri, instituţii, state care poate forma obiectul unui proces. (DR) Conflict care poate fi supus pentru rezolvare

unui organ de jurisdicție, (rezolvare prin arbitraj, proces). (A.T.)

Loial – Care își îndeplinește cu corectitudine și fidelitate obligațiile asumate față de structura la care este aderent, respectă cuvântul dat unui prieten chiar în condiții vitrege; *sin.* sincer, cinstit, leal. (A.T.)

Loialitate – Sprijin dat în orice împrejurare cuiva, individ sau organizație, datorită sentimentelor de datorie și dragoste. (A.T.)

Luptă – **1.** Încăierare, bătaie între două sau mai multe persoane (de obicei fără folosirea armelor), care caută să învingă una pe alta (sau unele pe altele). *Luptă dreaptă* – lupta corp la corp fără arme și fără vicleșuguri. **2.** Ciocnire armată între doua state inamice; bătălie. **3.** Străduință depusă de cineva pentru a învinge o greutate, o nevoie sau pentru a se apăra. **4.** Străduința depusă de cineva pentru a combate o idee, o concepție, o deprindere. (A.T.)

Magnetoscop – Aparat pentru înregistrat şi lectură a imaginilor şi sunetelor pe bandă magnetică în casetă; echipat cu capete de înregistrare şi de lectură, permite înregistrarea emisiunilor tv, respectiv reproducerea lor de pe banda magnetică pe ecranul tv. (E.D.)

Mandat de negociere – Împuternicire dată de conducerea organizaţiei, pe baza şi în limitele căreia, echipa de negociere îşi desfăşoară activitatea în procesul discuţiilor cu echipa oponentă. Deşi acest mandat emană de la un for superior, nu se poate face abstracţie de propunerile echipei cu privire la limita în care trebuie să acţioneze. Echipa este organul cel mai competent, bine documentat asupra obiectului de negociat şi a cadrului de desfăşurare, care a verificat o diversitate de variante de optimizare şi în consecinţă, este organul capabil să dea sugestii cu privire la fixarea mandatului. Desigur nu se pot trece cu vederea anumite tendinţe subiective ale echipei.
În ceea ce priveşte conţinutul mandatului, acesta trebuie:

- să precizeze cine este conducătorul echipei de negociere;
- să menţioneze persoanele care fac parte din echipă şi ce probleme vor avea de rezolvat;
- să definească obiectul de negociere, respectiv problemele ce urmează a fi discutate;
- să sintetizeze în funcţie de specificul negocierii informaţiile necesare deja culese, despre: produs; piaţă; partener; concurenţă; preţul minim, respectiv maxim acceptabil; condiţii de livrare şi de credit; calitate; service; modalităţi de plată; transport etc.;
- să stabilească căile prin care se poate comunica;
- să fixeze perioada de desfăşurare, data începerii şi programul negocierilor precum şi termenul limită de finalizare a acestora.

Având în vedere conţinutul său, este evident faptul că mandatul de negociere are un caracter „secret". (E.B.)

Majoritate – Partea sau numărul cel mai mare dintr-o colectivitate. Superioritate numerică cerută (prin lege) sau obţinută în alegeri. Majoritate absolută – număr (de

voturi) egal cu cel puțin jumătate plus unul din total. Majoritate relativă – numărul cel mai mare obținut de cineva în raport cu voturile obținute de ceilalți candidați, de chestiunea supusă la vot. (A.T.)

Management – **1.** activitatea și arta de a conduce, (se referă inclusiv la domeniul negocierii). **2.** Ansamblul activităților de organizare, de conducere și de gestiune (administrare) a întreprinderilor. **3.** Știința și tehnica organizării și conducerii unei activități, proiect, organizații/ întreprinderi. (A.T.)

Managementul conflictelor – Ansamblul activităților de rezolvare a conflictelor. O cale de abordare a m.c. este apelarea la teoria jocurilor, care se ocupă de analiza faptelor în urma cărora apar învingători și învinși, urmărind de altfel să găsească mijloacele prin care se poate realiza un rezultat în urma căruia părțile implicate au ceva de câștigat, aceasta fiind varianta dezirabilă de soluționare.
Managementul conflictelor este o activitate importantă, cunoașterea și studiul ei furnizează participanților posibilitatea să:
- identifice problemele;
- se focalizeze pe probleme și nu pe persoane;
- asculte cu mintea deschisă la interesele și nevoile persoanelor implicate;
- trateze simțămintelor persoanelor cu atenție și respect;
- identifice unele opțiuni multiple pentru rezolvarea problemelor;
- selecteze opțiunile pentru a rezolva problemele prin înțelegere mutuală (mediere);
- își asume responsabilitatea comportamentului;
- își asume responsabilitatea comportamentului pentru realizarea înțelegerii și aplicarea ei.
Managementul abordării conflictelor născut din necesitatea de a rezolva conflictele vorbește despre cinci modalități de abordare: 1. Retragerea; 2. Aplanarea; 3. Constângerea; 4. Compromisul; 5. Confruntarea. În cele mai multe cazuri cu rezultate eficiente, de rezolvare pe termen lung, se identifică o abordare în următoarea ordine: confruntare, urmată de aplanare. Compromisul și în ultimă instanță constrângerea se utilizează numai în cazurile extreme, știindu-se că o soluționare neacceptată consensual este o rezolvare de scurtă durată. (A.T.)

Managementul diversității – Se referă la utilizarea deplină a potențialului tuturor membrilor organizației, pe principiul egalității

şanselor. Acest concept porneşte de la ideea că forţa de muncă este formată din diferite feluri de indivizi, diversitatea aceasta fiind generată de deosebiri evidente, dar şi neevidente (sex, vârstă, rasă, apartenenţa la o minoritate, stare socială, educaţie, stil de muncă, temperament, trăsături de personalitate, starea de integritate fizică). Prin aplicarea metodelor manageriale se urmăreşte crearea unui mediu productiv prin care să se pună în valoare trăsăturile individuale distinctive utilizând aptitudinile, competenţele şi calităţile tuturor, şi astfel să contribuie la realizarea obiectivelor organizaţionale. Diversitatea sub multiplele sale aspecte poate constitui o sursă de conflicte. (A.T.)

Manipulare – Acţiune de a determina un actor social (persoană, grup, colectivitate) să gândească şi să acţioneze într-un mod compatibil cu interesele iniţiatorului, iar nu cu interesele sale, prin utilizarea unor tehnici de persuasiune care distorsionează intenţionat adevărul, lăsând însă impresia libertăţii de gândire şi decizie. Spre deosebire de influenţa de tipul convingerii raţionale, prin manipulare nu se urmăreşte înţelegerea mai corectă şi mai profundă a situaţiei, ci inculcarea unei înţelegeri convenabile, recurgându-se la inducerea în eroare cu argumente falsificate, şi la apelul la palierele emoţionale non-raţionale. Intenţiile reale ale celui care transmite, mesajul rămân insesizabile primitorului acestuia. Manipularea generează emoţii negative şi conflicte. Tipurile de persoane care ne pot manipula sunt: certăreţii, criticii, intriganţii, glumeţii/sarcasticii, persoanele reci, ursuzii. Manipularea se manifestă la aceste tipuri de persoane prin capcanele emoţionale prin care îi exploatează pe ceilalţi, prin dominarea climatului emoţional şi al relaţiilor cu ceilalţi, prin influenţa exercitată pentru ca ceilalţi să realizeze anumite acţiuni în sensul urmărit de ei, inducându-le o părere proastă despre ei înşişi; Dacă se folosesc tehnici de apărare în relaţiile cu aceste tipuri de persoane manipularea poate fi evitată. Tehnica de apărare recomandată pentru contracararea manipulării de către persoanelor certăreţe, critice şi/sau nepoliticoase se numeşte tehnica oglinzii. Prin această tehnică comportamentul persoanelor (de tipul amintit) care încearcă să ne manipuleze este imitat, astfel că se relevă efectul produs de manipulare asupra altora, dar se arată şi dezaprobarea acestui fel de compor-

tament. Pentru ursuzi, critici, certăreți, pesimiști, persoane reci se recomandă tehnica amabilității prin care se manifestă uimire față de comportamentul manipulant, milă față de persoana care este măcinată de invidie și nesiguranță. Se mai poate utiliza tehnica întrebărilor repetate, astfel cei care fac comentarii agresive și răutăcioase cu scopul de a aduce prejudicii persoanei comentate și de a o face să cadă în derizoriu. În cazul intriganților și sarcasticilor se recomandă fie contraatacul, fie confruntarea. Prin confruntare se pot respinge pas cu pas, în mod obiectiv toate afirmațiile intrigantului/„glumețului sarcastic"; în schimb prin contraatac prin efectul eliberator și surprinzător al unei „furtuni" se poate obține încetarea intrigilor și/sau obrăzniciei. (A.T.)

Martor/martoră – Persoană care asistă sau a asistat la o întâmplare, la o discuție, la un eveniment și care poate relata sau atesta cum au decurs faptele. Persoana chemată ca să declare în fața unei instanțe judecătorești sau a altui for de cercetare, tot ce știe în legătură cu un fapt pe care îl cunoaște direct. Persoana chemată, conform legii, să asiste la întocmirea unor acte, pe care le semnează pentru a le da valoare legală. (A.T.)

Mass-media – Desemnează grupa suporturilor de aceeași natură, ce constituie un mijloc de expresie destinat publicului (exemplu: radio, tv, cinema, afișe, presă). Ca suporturi pentru comunicare, *mass-media* se clasifică în:

1) *media autonome* - mijloace tehnice electronice, care utilizează ecranul tv pentru a vizualiza datele și imaginile. Funcționează prin conectarea la un dispozitiv (camescop, magnetoscop), la o rețea de cabluri sau la o antenă (obișnuită sau de satelit); de asemenea, mai pot funcționa prin conectarea la un calculator, ca o consolă pentru jocuri electronice;

2) *media de comunicație* - permit comunicarea informațiilor (telegraf, telefon, radio, tv, telex, fax etc.);

3) *media de difuzie* - tehnică pentru transmiterea mesajului (exemplu: undele radio-electrice, presa, afișajul etc.).

Fr. Dessart arată că o pregătire minimă în spiritul cunoașterii mass-media ar trebui să atingă 4 trepte:

1) dobândirea unei pregătiri generale solide;

2) studierea structurilor mass-media;

3) învățarea "citirii" mass-media;

4) învățarea "scrierii" mass-media.

Activitățile de comunicație cuprind aspectele tehnice, referitoare la

mijloacele de transmitere propriu-zisă a comunicării. În funcție de modalitățile de efectuare, precum și de finalitățile urmărite în comunicare, canalele comunicaționale permit fie schimbul confidențial de mesaje (telefonul, telexul, faxul, televiziunea cu circuit închis etc.), fie propagarea unei cauze sociale, politice sau religioase.

Francis Balle (teoretician francez al comunicării, născut în 1939, membru al Înaltului Consiliu al Audiovizualului, cofondator al „Caietelor comunicării", a condus Institutul Francez de Presă în perioada 1976 - 1986), face deosebirea între mediile tradiționale de comunicare (telefon, radio, tv) și noile media de comunicare, pe care le împarte în 3 familii:

1) *media autonome*: audio și video casete, videodiscuri, discuri și echipamente informatice etc.;

2) *media de teledifuzie*: care permit conectarea la diferite rețele de difuzare (radio, tv convenționale, tv prin cablu, videotransmisie);

3) *media de telecomunicație*: în care volumul schimburilor este posibil în ambele sensuri (telex, fax, poștă electronică). (E.D.)

Măsurare a audienței (mediametrie) – Se efectuează fie cu ajutorul unor aparate electronice *(audimetru, audimat, mediamat)*, atașate televizorului, fie prin intermediul sondajelor de opinie. (E.D.)

Mediator – Persoană, organizație, guvern care mijlocește o înțelegere între două părți (adverse), care face un act de *mediere*; mijlocitor, intermediar.

Într-un proces de *mediere*, *mediatorul* trebuie să fie neutru, și să ajute părțile implicate într-un conflict, într-o dispută, să dezvolte soluții care sunt acceptate de fiecare dintre ele. Felul în care el se exprimă asupra subiectului nu trebuie să lase să se perceapă că ar favoriza una din părți! Spre deosebire de judecător sau arbitru, *mediatorul* nu are o autoritate legală, nu reprezintă o putere. *Mediatorul* poate doar să convingă, să determine părțile să ajungă la rezolvarea conflictului, ajutându-i să se înțeleagă.

Mediatorul este o persoană care intervine ca un administrator al *informațiilor*, ajutând la identificarea cauzelor și a alternativelor de rezolvare, care sunt consensual acceptate. Este ușor de declarat că preferințele părților vor fi decisive, dar este mult mai dificil să ne comportăm în conformitate cu acest lucru. În general, cei mai mulți dintre noi preferă să impună voința lor, să dea ordine sau sfaturi. Este foarte greu să se

elimine subiectivitatea, nu trebuie ca rezolvarea conflictelor declarate să se bazeze pe facilităţi pripite, caz în care eventuala rezolvare este de scurtă durată, problema nerezolvându-se decât în parte sau pe o perioadă scurtă. *Mediatorul* angajează întreaga sa pricepere, experienţă, talent, în procesul de *mediere*, astfel încât discuţiile să conducă la dezvoltarea unor angajamente acceptate în mod consensul. El creează climatul care încurajează respectul reciproc şi avansează dorinţa de rezolvare. *Mediatorul* trebuie să stimuleze părţile şi să le conducă spre atingerea unui acord - mai des prin cooperare, decât prin conflict. În final, ca urmare a activităţii *mediatorului* se încheie un acord, între părţile implicate în *mediere*. (A.T.)

Mediere – 1. Mijlocire, mediaţie. **2.** ~ este o negociere de tip special, un proces în care intervine o a treia parte, neutră. Este un proces voluntar, bazat pe încrederea că o a treia parte, imparţială va ajuta părţile implicate să ajungă la o finalizare acceptabilă. Medierea presupune uitarea instinctelor noastre autoritare şi paterne şi ne obligă foarte serios să adoptăm o atitudine democratică în luarea deciziilor indiferent în ce situaţie suntem (în comunitate, la serviciu, la şcoală, acasă etc.). Rolul *medierii* este acela de a ajuta un grup să progreseze în negocierea şi atingerea consensului asupra rezolvării conflictelor cu realizarea unui acord (în general scris). Medierea este un rol recompensat. Satisfacţia stingerii unui conflict este imensă. Acest rol este mai mult decât un aducător de pace, stăpânind oamenii să se împuşte unul pe altul real sau figurativ ceea ce este un început şi nu este de neglijat în nici o comunitate. Comunităţile au timp de lucruri constructive, atâta vreme cât în ele nu se manifestă conflicte care pot să irosească multe energii şi resurse materiale. (A.T.)

Medii comunicaţionale – Radio, tv, cinema, teatru, presă, discuri, casete etc. formează suporturile clasice ale comunicărilor umane, în care informatiile sunt codificate într-un grad mai mare sau mai mic, folosind mai multă sau mai puţina tehnică de specialitate. Semnificaţia atribuită *mesajului* de către *receptor* se numeşte *decodificare*. Răspunsul înglobează ansamblul reacţiilor receptorului după primirea mesajului. Procesul de retransmitere poate fi direct sau indirect (*intermediat*). În procesul de transmitere sau retrans-

mitere a *mesajului* (feed-back) pot interveni unul sau mai multe elemente perturbatoare, care influențează fenomenele de învățare sau re-învățare specifică receptorului și apoi acțiunile acestuia. Astfel *comunicarea* se transforma în *participare*, scopul oricărei comunicări, devenind *comunicare participativă,* adică acțiunea de a face un individ sau un organism să participe la experiența de viață a unui alt individ sau organism. (E.D.)

Mentalitate – Modul particular de a gândi a unei persoane sau a unei colectivități, care conduce la formarea unei atitudini față de o anumită realitate.
Este bazată mai ales pe obișnuințe în domenii restrânse de experiență și nu pe reflecție și/sau exercițiu intelectual. Este strâns legată de rolul profesional, de locul de rezidență, de educație sau de structura socială.
Se clasifică în: *mentalitate* țărănească, muncitorească, intelectuală, medicală, avocățească, americană, indiană, britanică etc. etc.
Sin. psihologie, (fig.) optică. (A.T.)

Mesaj – Ansamblu de *informații* prezentate într-o formă simbolică. Cantitatea de *informații* dintr-un *mesaj* este invers proporțională cu redundanța sa. Cu cât *mesajul* transmis într-o unitate dată de timp sau într-o secvență de *comunicare* conține o cantitate mai mică de *informație*, cu atât redundanța este mai mare. Cea mai economicoasă formă de codificare a unui *mesaj* se poate dovedi o piedică pentru receptarea adecvată, întrucât crește ponderea interpretărilor sau înțelesurilor variabile investite în cursul receptării și se accentuează distanța dintre intenționalitatea *mesajului* și ceea ce este efectiv receptat. Având în vedere calitățile receptării, cantitatea de informație transmisă și intenționalitatea comunicării, *emițătorul* trebuie să elaboreze decizii optime de structurarea a mesajelor în termenii gradului său de redundanță și ai asamblării și utilizării codurilor... Repetarea insistentă a *comunicării* aceloraşi *mesaje* față de aceleași persoane produce o saturare a recepției exprimată prin indiferența față de *mesaje,* un grad înalt de conformism aparent și o căutare compensatorie de *mesaje* provenite din alte surse.
A. Moles clasifică *mesajele* în două mari categorii: sonore și vizuale. Mesajele sonore, la rândul lor sunt constituite din: vorbire (limbajul oamenilor), muzică (limbajul senzațiilor), zgomot (limbajul

lucrurilor); mesajele vizuale sunt alcătuite din: mesajul simbolic al textului imprimat; mesajul formelor naturale sau artificiale; mesajele artistice. După natura fizică a *mesajului,* acesta se constituie în *conserve comunicaționale*: de text scris (biblioteci), de sunete (discoteci, fonoteci), imagini fixe (iconoteci, pinacoteci), de imagini animate (filmoteci, cinemateci).
Cercetări de marketing au demonstrat că din 300 - 600 *mesaje* la care un individ este expus zilnic, numai 30 - 80 sunt receptate, iar mai puțin de 10 dintre acestea sunt capabile să-i influențeze comportamentul. (E.D.)

Metalimbaj – Cuprinde, conform lui Allan Pease și Alan Garner, *cuvintele* și expresiile care pot releva adevăratele atitudini ale unei persoane. Ca și *limbajul* trupului, *metalimbajul* poate trezi „sentimentul instinctiv", „intuiția", „cel de-al șaptelea simț", „presimțirea că vorbitorul nu spune ceea ce gândește... Metalimbajul amortizează loviturile pe care ni le dăm reciproc, ne permite să manipulăm, fără să se vadă, să ne arătăm propriile virtuți sau să exteriorizăm o serie de emoții rămânând în același timp manierați".
În accepțiunea noastră, metalimbajul poate fi considerat o succesiune de universalii pragmatice, individual și social determinată, ce delimitează competența comunicativă a fiecăruia. (E.D.)

Mijlocire – Acțiunea de a media și rezultatul ei; intervenție, mediere; mediație. (A.T.)

Minoritate – Partea (cea) mai puțin numeroasă, numărul (cel) mai mic de ființe sau de lucruri dintr-o colectivitate. Loc. adv. – *în minoritate* – în inferioritate numerică. (A.T.)

Mișcări sociale – Acțiuni sociale provocate de grupuri mari de oameni care se manifestă deliberat și împreună, orientându-se după aceleași valori și ideologii și folosind aceleași metode, în vederea realizării unor scopuri comune sau similare.
Mișcările sociale sunt procese sociale ample care conduc la crearea unor noi valori, noi forme de relații sociale, noi instituții sau a unor noi societăți. Ele pot să promoveze anumite schimbări sau pot să se opună schimbărilor produse de anumite forțe sociale. (A.T.)

Modalitate de negociere – Metodă, manieră folosită în procesul *negocierii*. Vezi *abordarea negocierii; negocierea distributivă;*

negocierea integrativă; negocierea rațională. (E.B.)

Morală – **1.** Ansamblul normelor de conviețuire, de comportare a oamenilor unii față de alții și față de colectivitate și a căror încălcare nu este sancționată de lege, ci de opinia publică; etică colectivă. **2.** Comportare (lăudabilă); moravuri. **3.** Disciplina științifică care se ocupă cu normele de comportare a oamenilor în societate; (concr.) carte care cuprinde aceste norme; etică. **4.** (Fam.) Dojană, mustrare. **5.** Concluzie moralizatoare cuprinsă într-o scriere, mai ales într-o fabulă; *sin.* învățătură, pildă, mustrate, dojană (extins și) etică. (A.T.)

Multiplex – Emisiune în direct, din studio și mai multe locuri diferite, concomitent. (E.D.)

Multistandard – Echipamente tv (receptor, magnetoscop etc), apte să citească sau să înregistreze semnale tv în oricare din normele PAL, NTSC, SECAM. (E.D.)

Naţiune – Comunitate stabilă de oameni, istoriceşte constituită ca stat, apărută pe baza unităţii de limbă, de teritoriu, de viaţă economică şi de factură psihică, care se manifestă prin particularităţile specifice ale culturii naţionale şi în conştiinţa originii şi soartei comune. *sin.* neam, popor, (pop.) norod. (A.T.)

Naţionalism – Doctrină politică bazată pe apărarea (uneori exagerată) a drepturilor şi aspiraţiilor naţionale. (A.T.)

Nazism – (*nazi = na-[tional-so]zi-[alist]*), denumire rezultată din contracţia numelui Partidului Naţional-Socialist din Germania, pe vremea când era condus de Adolf Hitler l-a condus. În această perioadă (Hitler a fost numit cancelar în 30 ianuarie 1933), socialiştii germani erau etichetaţi „naziştі" de către oponenţii lor. Azi sunt grupări care continuă ilegal doctrina şi se numesc neonaziştі. [Dictionary of Politics, Ed.Penguin] (A.T.)

NBC (National Broadcasting Company) – Reţea americană inaugurată în 1926, care în 1982 număra 215 posturi de emisie. (E.D.)

Nechibzuit – Lipsit de judecată, de înţelepciune (în ceea ce face sau spune); necugetat. Care nu a fost bine gândit, bine cumpănit; care denotă nesocotinţă. (A.T.)

Nivelele negocierii – Pot fi distinse trei nivele: a. nivelul social (comportament, comunicare, motivaţie, emoţii, putere); b. nivelul metodic (strategii şi tactici); c. nivelul procesual. Cel mai adesea singurul vizibil este nivelul procesual. (E.B.)

Negocia – **1.** A discuta, a duce tratative în vederea realizării unui acord economic, politic, social, cultural etc. **2.** A se târgui în cadrul unui proces de vânzare-cumpărare. (E.B.)

Negociator – Persoană care negociază. (A.T.)

Negociere – **1.** Acţiunea de a *negocia* şi rezultatul ei; *sin.* târg. **2.** Proces interacţional care implică două sau mai multe entităţi sociale (persoane, grupuri, insti-

tuții, organizații, comunități) cu interese neomogene ca intensitate și orientare, în schimburi reciproce de informații, schimburi reglementate de reguli implicite și/ sau explicite având menirea de a conduce la stabilirea unui acord, la transferarea unor bunuri echivalente sau, în general, al adoptarea unei soluții reciproc acceptabile pentru o problemă care le afectează interesele.

Etimologia cuvântului provine din limba latină, de la verbul la infinitiv „negotiare", care înseamnă „a face negoț sau afaceri", derivat dintr-un alt verb, „negare", care înseamnă „a tăgădui, a refuza" și dintr-un substantiv, „otium", care înseamnă „tihnă, destindere". Negustătorii Romei Antice își refuzau orice destindere până în momentul în care se încheia târgul. Înțelesul termenului de negociere s-a îmbogățit continuu, căpătând noi valențe. Se poate afirma astăzi că *negocierea* este un proces oscilator, în jurul unui punct, ce reprezintă o echivalare de interese și o armonie de satisfacții, proces ce se poate dovedi lent și chinuitor. Asocierea termenului de *negociere* celui de comerț are menirea de a sublinia faptul că este vorba mai ales de practica milenară a armonizării intereselor prin definirea unui interes comun și nu doar de o alternativă la un conflict violent. *Negocierea* este utilizată în diferite domenii (economic, politic, social) și avem astfel, negociere comercială, managerială etc. Un tip aparte de *negociere* îl constituie *medierea*. (E.B.)

Negociere comercială – Negociere cu un obiectiv bine stabilit și anume realizarea schimburilor. Aceasta nu se poate concepe fără utilizarea tehnicilor de vânzare, negocierea și vânzarea fiind strâns legate prin scopul lor. O tendință care se conturează tot mai clar este deplasarea accentului dinspre vânzare (avem în vedere în special marea vânzare) spre negociere. Acest lucru se datorează intensificării concurenței, care face ca produsele să fie tot mai greu de distins de către cumpărători, și accentuării fenomenului de concentrare a puterii economice, care dă naștere unor parteneri foarte puternici. Caracteristicile negocierii comerciale sunt: dominația produsului, încadrarea într-o suită de tranzacții, existența unei emulații între negociatori (datorate unor principii, valori și unui limbaj similar) și dubla orientare (atât distributivă, cât și integrativă). (E.B.)

B.C.U. "M. EMINESCU" IAȘI

Negociere deschisă – Negociere care permite extinderea tratativelor şi discuţiilor asupra unor chestiuni, care nu au fost prevăzute iniţial, dacă apar oportunităţi în acest sens. *Riscul* care apare este acela de a extinde prea mult obiectul *negocierii* (care poate fi chiar transformat, generând o nouă *negociere* diferită de cea anterioară) şi astfel să fie întârziată sau chiar ratată încheierea acordului referitor la problema care a generat de fapt *negocierea*. (E.B.)

Negociere distributivă – Negociere care ia forma unei competiţii, în care o parte poate câştiga doar dacă pierde cealaltă; *sin.* negociere conflictuală; negociere de tipul câştigător/perdant; negociere de tipul victorie/înfrângere. *(E.B.)*
Este tipul de *negociere* care corespunde unui joc cu sumă nulă şi ia forma unei tranzacţii în care nu este posibil ca o parte să câştige, fără ca cealaltă parte să piardă. În această abordare, *negocierea* pune faţă în faţă, mai degrabă doi adversari cu interese opuse şi devine o confruntare de forţe, în care una din părţi trebuie să câştige, rezultatul fiind determinat de raportul de forţe dintre parteneri, adică de *puterea* lor *de negociere*. Relaţiile dintre părţi sunt sacrificate, o concesie apare ca un semn de slăbiciune iar o manifestare dură ca un semn al puterii. Pentru oricare dintre părţi, obiectivul *negocierii* este un acord avantajos, care nu ţine seama de interesele partenerului şi care este cu atât mai bun, cu cât duce la un câştig mai mare pe seama pierderii suferite de partener. Consecinţa cea mai rea a unui acord încheiat în astfel de condiţii este aceea că părţile dezavantajate nu vor fi dispuse să îl respecte, urmărind să-şi ia revanşa.
Tehnicile folosite în *negocierea distributivă* sunt tipice pentru rezolvarea stărilor conflictuale, şi putem aminti:
- polemica purtată prin contre permanente şi prin deviere sistematică de la subiect;
- intimidarea, ultimatumurile însoţite de ameninţări şi atacul în forţă;
- crearea unei atmosfere tensionate;
- atacul la persoană şi învinuirea partenerului;
- ascunderea adevărului şi refuzul de a discuta la obiect.

Acest tip de *negociere* poate fi aplicat atunci când opoziţia de interese este puternică, iar dezechilibrul de forţe - semnificativ. *(E.B.)*

Negociere explicită – Negociere în care părţile schimbă *informaţii*, îşi comunică poziţiile şi argumen-

tează în mod desluşit, folosind tactici şi strategii asupra cărora, eventual, s-au gândit dinainte.

Negociere implicită – Negociere în care *comunicarea* dintre părţi este limitată sau imposibilă; *sin.* de la sine înţeleasă; inclusă, cuprinsă în ceva. Studiul acestui tip de *negociere* permite înţelegerea importanţei realizării unui „modus vivendi" benefic, mod de a convieţui într-o anumită armonie, atunci când una sau ambele părţi nu pot sau nu vor să negocieze în mod explicit, deoarece nu au încredere. *(E.B.)*

Negociere integrativă – Negociere în care sunt respectate aspiraţiile şi interesele partenerului, chiar dacă vin împotriva celor proprii; *sin.* negociere cooperantă; negociere principială; negociere de tipul câştigător/câştigător; negociere de tipul victorie/victorie.
Se bazează pe respectul reciproc şi pe tolerarea diferenţelor de aspiraţii şi de opinii. Problemele de substanţă sunt rezolvate şi relaţiile dintre părţi sunt menţinute sau chiar îmbunătăţite. Această abordare a *negocierii* este guvernată de trei criterii: calitate (un acord cu adevărat satisfăcător pentru toate părţile); cost sau eficienţă (folosirea unui minim de resurse şi timp); armonie (negociere într-o modalitate care hrăneşte relaţiile interpersonale). Avantajele acestui tip de *negociere* sunt acelea că ajunge la soluţii mai bune, mai durabile, iar relaţiile dintre părţi se consolidează. Acordul încheiat are toate şansele să fie respectat. Relaţia dintre părţi, menţinută şi consolidată, permite evitarea stărilor conflictuale şi abordarea constructivă a diferendelor.
Tacticile specifice se bazează pe:
- căutarea punctelor comune şi obţinerea acceptării lor;
- reciprocitatea concesiilor (termene de livrare mai scurte contra unor plăţi imediate, spre exemplu);
- separarea problemelor de oameni;
- evitarea tendinţei de a combate fiecare argument al partenerului. (E.B.)

Negociere închisă – Negociere care presupune respectarea strictă a agendei de lucru iniţiale. Astfel, problemele pot fi discutate până la finalizare şi riscul migrării discuţiilor către direcţii neaşteptate scade. Dezavantajul este acela de a rata oportunităţile sau de a cădea de acord asupra altor aspecte nerezolvate de către părţi. (E.B.)

Negociere managerială – *Negociere* cu anumite particularităţi care decurg în principal din cadrul

în care se desfășoară și contextul legat de îndeplinirea sarcinilor de muncă. În acest caz, componenta cea mai importantă a contextului general este organizația, iar aici negocierea are ca principal obiect sarcinile și relațiile de muncă. Contradicția dintre simptome și cauzele lor reale constituie dificultatea majoră în definirea stărilor problemă, care, ulterior, devin obiect al *negocierii*.

Definirea problemei este un demers complex, care presupune parcurgerea unor etape succesive precum: recunoașterea, delimitarea și analiza. Odată determinat obiectul *negocierii*, managerul – persoana care inițiază cel mai adesea *negocierea*, poate trece la înțelegerea intereselor părților, analiza divergențelor și conturarea unor strategii ce vizează ajungerea la un acord. (E.B.)

Negociere rațională – Este o variantă a *negocierii integrative* (principiale), menționată uneori ca un tip de *negociere* distinct, în care părțile nu-și propun doar să facă sau să obțină concesii, ci, încearcă să rezolve litigiile de fond de pe o poziție obiectivă, alta decât poziția uneia sau alteia dintre ele. Interesele sunt clar definite iar sinceritatea, încrederea și lipsa oricărei suspiciuni reprezintă condițiile de bază ale unei astfel de negocieri.

Etapele care o compun sunt: definirea problemelor, diagnosticarea cauzelor și căutarea soluțiilor. *Negociatorul* caută să-și cunoască partenerul, să-i înțeleagă sentimentele, motivațiile, preocupările și să perceapă corect miza *negocierii*. Eventualele divergențe rămase nerezolvate își găsesc soluția prin recursul la criterii obiective (referințe științifice, normele legale, norme morale) sau prin recursul la oficiile unui arbitru. (E.B.)

Negociere sindicală – Tip de *negociere*, în care una dintre părți este sindicatul, ce urmărește satisfacerea intereselor și obținerea unor drepturi ale salariaților, referitoare la condiții de muncă, salarii, garantarea locului de muncă, măsuri de protejare sau compensatorii în caz de șomaj etc.). (E.B.)

Negociere sterilă – *Negociere* derulată fără intenția de a încheia un acord (*v. Tactica de negociere – „Negocieri paralele"*). *(E.B.)*

Neloial – Care nu își îndeplinește cu cinste obligațiile asumate; *sin.* nesincer, necinstit, neleal. (A.T.)

Network – Rețea (din engleză); unul din modurile de organizare economică a unui post tv, compus dintr-o stație mamă (cap de rețea), legată pe cale hertziană de stații afiliate. Pe baza unor contracte, capul de rețea furnizează stațiilor afiliate programe în schimbul cărora dispune de o parte din spațiile lor și de un procent din veniturile publicitare. Vezi: *ABC, CBS* și *NBC.* (E.D.)

Neutralitate – Situație, atitudine a unui stat care nu se amestecă în conflictul dintre două sau mai multe state, care nu participă la nici un pact sau alianță militară și întreține relații pașnice cu fiecare stat beligerant în parte; *prin ext.* stare sau atitudine a unei persoane sau a unui grup social de a nu se implica în vreun fel. (A.T.)

Nevoie – Ceea ce se cere, se impune să se facă; trebuință, necesitate, cerință; chestiune, situație, afacere a cărei rezolvare are caracter urgent, presant. *Loc. adj. și adv.* (astăzi rar) – De nevoie – strict necesar, trebuincios, util. La nevoie – în caz de trebuință; când trebuie, când este necesar. *Expr.* De voie, de nevoie – vrând-nevrând, silit. A avea nevoie de cineva (de ceva) – a-i fi necesar, trebuincios, util. A avea nevoie să..., a considera sau a fi necesar să... etc. (A.T.)

News Corporation – Societatea centrală a grupului *mass-media* care aparține lui Rupert Murdoch, de origine australian, naturalizat cetățean american, unul dintre cei mai mari antreprenori ai presei și audiovizualului actual. Aceasta cuprinde cca. 30 ziare (între care publicațiile „Times" și „Sun"), numeroase case de editură (dintre care numai cele britanice sunt: Pearson, Financial Books, Penguin), studiouri discografice, Muzeul Tussaud al figurilor de ceară. Filiala americană de edituri - News America Publishing - a vândut până în 1990, cca. 20 milioane exemplare cărți, publicate de o duzină de societăți. Grupul Murdoch controlează și societatea Satellite Television, pentru 12 milioane de abonați europeni, studiourile americane 20-th Century Fox, precum și 10 canale tv ale grupului Metromedia. (E.D.)

Noi media – Termen generic apărut la începutul anilor '80 și care înglobează noile tehnologii de difuzare a *mesajelor* audiovizuale (rețele de cabluri, sateliți, televiziune cu acces codificat, videocasete, teletext sau videotext).

Noile media includ cablul (optic sau coaxial) şi satelitul, permiţând multiplicarea posibilităţilor de transpunere a mesajelor (direct, intercontinental) sau recepţia mai multor canale.

Noile media (vezi teledistribuţia, programele prin satelit şi videografia) constituie conform opiniei lui Alvin Toffler adevărate „autostrăzi ale informaţiei", contribuind la ascensiunea unui nou sistem al mijloacelor de informare în masă. (E.D.)

La orizont - secolul 21. Tehnologii care ne vor schimba viaţa. Multimedia. CD-ul de mare densitate

Cu cinci secole în urmă, un meşteşugar german a pus la punct o invenţie care avea să schimbe faţa lumii. Se numea Gutenberg. Maşinăria lui, greoaie şi complicată cum era, aducea cuvântul scris şi, o dată cu el, bogăţia experienţei generaţiilor trecute la îndemâna oricărui om. Lumea nu a mai fost niciodată la fel. Ultimii ani au făcut să asistăm la explozia informaţiei vehiculate prin CD-ROM. Un disc de plastic, a cărui producere costă mai puţin decât a unei cărţi de buzunar, dar poate conţine întreg textul Enciclopediei Britanice sau o colecţie atractivă şi pasionantă de texte, imagini şi sunete...Un astfel de disc are o capacitate de stocare de cca. 600 megabiţi sau, altfel spus, de cca. 600 milioane caractere.

În anul 1995, cele mai puternice firme de multimedia de azi au căzut de acord asupra dezvoltării şi producerii unui nou CD. Acest disc va conţine în prima fază 4,5 gigabiţi de informaţie (de 7 ori cât un disc normal), iar ulterior va creşte (prin adăugarea de straturi şi trecerea la două feţe) la uluitoarea capacitate de 18 gigabiţi (de 30 ori cât un disc actual) sau cca. 18 miliarde caractere...

La marele show al telecomunicaţiilor internaţionale de la Las Vegas - Comdex '95 - atât Sony, cât şi Toshiba au prezentat primele exemplare funcţionale ale noului CD, împreună cu aparatele care-l citesc. El se numeşte DVD (Digital Video Disc), iar primele aplicaţii demonstrate au fost înregistrate video. Discul poate înregistra aproape 3 h de semnal video de mare rezoluţie, folosind tehnici ultrasofisticate de compresare (numite MPEG). Imaginea este perfectă şi indestructibilă în timp, indiferent de numărul de citiri. În plus, există posibilitatea înregistrării a 7 canale de sunet stereo, ceea ce permite, de exemplu, vizionarea filmului în voce originală sau în alte 6 limbi post sincron... În plus, echipamentele care citesc noul disc vor putea citi şi actualul standard de CD, astfel încât orice investiţie făcută în actualele discuri va fi salvată...

după Adrian Stanciu, articolul cu acelaşi titlu, în Diplomat Club, nr. 2 -3 (50 51)/1996, p. 6

NTSC (National Television System Comitee) – Standard tv color, cu un baleiaj de 525 linii, utilizat în SUA, Japonia, Coreea de Sud şi Taiwan. Pentru că este inferior calitativ standardelor europene *PAL* sau *SECAM*, unii îl numesc „Never Twice the Same Color" (niciodată aceeaşi culoare de două ori). (E.D.)

Obiectivitate – Însuşirea a ceea ce este obiectiv. *sin.* nepărtinire, imparţialitate. (A.T.)

Obiecţie – Argument pe care cineva îl opune unei afirmaţii, propuneri ori pretenţii.

În *negociere*, *obiecţia* reprezintă alternativa la lipsa concesiilor/ compromisului. Prin urmare refuzul de a acorda concesii trebuie justificat prin obiecţii. Ele pot fi însă şi un semn că partenerul de negociere are nevoie de mai multe argumente, sau de o întărire a convingerii că face o afacere bună. La fel ca şi concesiile şi obiecţiile pot fi reale sau formale, false, introduse din raţiuni tactice. Indiferent de natura lor, ele trebuie tratate cu atenţie. Obiecţiile formale pot fi demontate mai uşor pe când cele reale trebuie combătute cu contraargumente solide.

În rezolvarea obiecţiilor se dovedesc utile următoarele acţiuni:

- localizarea precisă a obiecţiei şi aflarea motivelor care se ascund în spatele acesteia;
- păstrarea calmului şi amabilităţii, evitând manifestarea făţişă a surprinderii;
- renunţarea la contrazicerea partenerului, la acordarea de sfaturi ori la formularea unor răspunsuri pripite;
- acordarea unei anumite „valori" obiecţiei formulate, paralel cu încercarea diminuării importanţei acesteia prin sublinierea avantajelor care compensează;
- omisiunea unor obiecţii minore, sau acceptarea lor ca o soluţie de *compromis*. (E.B.)

Opţiune – **1.** Faptul sau dreptul de a alege din două sau mai multe lucruri, posibilităţi pe acela sau pe aceea care îţi convine; (DR.) **2.** Alegere care se face în temeiul unui drept între două sau mai multe situaţii juridice. **3.** Condiţie stipulată uneori în tranzacţiile comerciale, potrivit căreia o parte contractantă, care îşi asumă obligaţii ferme, acordă celeilalte părţi, pentru un anumit termen, dreptul de a alege între diferitele condiţii alternative ale contractului sau chiar dreptul de a renunţa la tranzacţie. (DR.) *Drept de ~* – drept acordat cuiva de a-şi alege cetăţenia; drept acordat cuiva de a accepta o moştenire sau de a renunţa la ea. *sin.* alegere. (A.T.)

Ostilitate – 1. Comportare dușmănoasă, plină de ură; *sin.* dușmănie, vrăjmășie. **2.** (*la pl.*) Operații militare care sunt efectuate de trupele armate ale unor state care sunt în război.

Ostilitatea apare datorită prejudecăților, ideologiilor și părerilor personale diferite, disputelor teritoriale, sau unor semnale „negative" venite din subconștient, care fac ca anumite persoane pur și simplu să nu se placă! Dacă ar fi în situația de a alege, persoanele care au o comportare ostilă, nu ar opta pentru a fi membrii aceluiași colectiv, motiv pentru care ostilității create prin faptul că au ajuns să lucreze împreună, trebuie să i se acorde o importanță deosebită și să se ia masuri de reducere a acesteia. La extrem, avem de-a face cu așa-numita *ostilitate* irațională, care poate să aibă și motivații legate de rasă, culoare, religie, sex etc. În cele mai multe state, aceasta este considerată ilegală și cade sub incidența legii. (A.T.)

Pace – **1.** Stare de bună înțelegere între persoane; situație în care nu există *conflicte* armate sau război între state, popoare, populații. **2.** *Tratat de* ~ acord, în general scris, al părților beligerante asupra încetării războiului; tratat de încheiere al unui *conflict* armat. (A.T.)

Pact – (lat. *pactum*). **1.** Denumire dată unor tratate internaționale, bilaterale sau multilaterale cu caracter solemn, privind relațiile politice dintre state, încheiate în special în scopul menținerii *păcii* sau al colaborării strânse între semnatari. **2.** Document scris, care certifică această convenție. **3.** Ansamblul statelor legate printr-o astfel de convenție. *sin.*, înțelegere (document) între două părți; învoială, convenție. (A.T.)

PAL (Phase Alternating Line) – Sistem tv de imagini în culori, pus la punct în 1963, în Germania, cu un baleiaj de 65 linii, adoptat de către cea mai mare parte a țărilor vest-europene, cu excepția Franței. (E.D.)

Panică – (gr. *panikos*), reacție comportamentală individuală, de grup sau colectivă generată de ivirea bruscă a unui pericol deosebit de amenințător.
Panica intervine subit și, de cele mai multe ori, fără temei. Așa cum în mitologia greacă, Pan, făptură jumătate om, jumătate țap, îngrozea nimfele, provocând *panică*, în situații limită – calamități naturale sau sociale – apar comportamente dezadaptative, iraționale. Frica îngrozitoare, teama disproporționată, șocul traumatic determină în situații de *panică*, modificarea relațiilor interpersonale, indivizii nemaifiind orientați spre grup, ci, spre salvarea propriei vieți. (A.T.)

Paradigmă – Model, teorie, modalitate de percepere, supoziție sau cadru de referință.
În sensul cel mai general, este felul în care vedem lumea, nu în sensul propriu (al văzului), ci în termeni de percepere, înțelegere, interpretare. (E.B.)

Paradoxul nivelului – *Emițătorul* și *receptorul* unui *mesaj* dispun, în mod obișnuit, de un vocabular diferit, rareori quasi identic, de

cuvinte și noțiuni. Cel al *emițătorului* (incluzând întreaga *comunicare*, ce se află în spatele lui), trebuie să fie mai mare, calitativ și cantitativ, decât vocabularul *receptorului*.
În interesul eficacității și al inteligibilității *comunicării, emițătorul* trebuie să se adapteze nivelului de înțelegere al *receptorului* care, va putea să descifreze din *comunicarea* transmisă, numai ceea ce corespunde vocabularului său. Dacă *informația* transmisă conține prea multe *cuvinte* și noțiuni, care nu apar în *repertoriul* propriu *receptorului*, atunci ea își pierde efectul. (E.D.)

Parte – Fiecare dintre persoanele sau dintre grupurile de persoane implicate într-o *negociere*; prin extensie: participant, protagonist. Denumirea data celui cu care se negociază este foarte importantă. Ideal ar fi să-l putem numi partener. Dacă admitem că are interese divergente și se comportă ca atare, termenul mai potrivit este acela de oponent, iar în cazul în care folosește mijloace necinstite, adversar. (E.B.)

Parte a pieței – Proporția telespectatorilor, care privesc efectiv, un program sau un post tv. (E.D.)

Partener – Fiecare din participanții la o activitate (*comunicare, negociere, mediere*), care respectă principiile acesteia. (E.B.)

Peak time – Momentul în care *audiența* este maximă, de exemplu, la transmiterea jurnalului tv de actualități. (E.D.)

Percepție – **1.** Proces psihic, prin care obiectele și fenomenele din lumea obiectivă, care activează nemijlocit organele de simț, sunt reflectate în totalitatea însușirilor lor, ca un întreg/tot unitar; imagine rezultată în urma acestei reflectări; **2.** Facultatea de a percepe fenomenele lumii exterioare; *sin.* înțelegere, cunoaștere. Mai simplu: *percepția* este o interpretare personală a realității, în urma analizei stimulilor primiți din mediu. *Percepția* corespunde analizei la nivelul creierului, a informației senzoriale. *Percepția* depinde de: stimuli fizici, relația stimuli fizici-mediu, de caracteristicile persoanei receptoare, de așteptări, de stereotipuri. Datorită proceselor psihice cum sunt: atenția selectivă, distorsiunea selectivă, reținerea selectivă etc., asupra aceluiași obiect se pot forma imagini diferite, la diferite persoane. Astfel, indivizii pot trăi aceeași experiență, dar *percepția* lor va fi diferită.

În *managementul conflictelor* se vorbeşte despre etapa *conflictului* perceput (v. *etapele conflictului*), care este caracterizată de apariţia de unor manifestări emoţionale. Astfel indivizii implicaţi în cazul unui *conflict negativ* devin ostili, anxioşi, tensionaţi sau în cazul unui *conflict pozitiv*, devin mai ambiţioşi, entuziaşti şi gata de acţiune. (A.T.)

Pericol – Situaţie, întâmplare care pune sau poate pune în primejdie existenţa, integritatea cuiva sau a ceva; primejdie, ameninţare. ~ *social* – caracterul unei acţiuni prin care se aduce atingere normelor sociale, ordinii de drept. *rar* – risc. *sin.* primejdie. (A.T.)

Persuasiune – **1.** Activitate de influenţare a atitudinilor şi comportamentelor unor persoane, în vederea producerii acelor schimbări care sunt concordante cu scopurile sau interesele agentului iniţiator (persoană, grup, instituţie sau organizaţie politică, socială, culturală, comercială etc.). *Persuasiunea* se realizează în condiţiile în care se ţine cont de caracteristicile de receptivitate şi reactivitate ale persoanelor influenţate. Este o activitate de convingere bazată pe o astfel de organizare a influenţelor încât să ducă la adoptarea personală a schimbării aşteptate, fiind opusul impunerii sau forţării unei opţiuni. **2.** Darul sau puterea de a convinge. *sin.* convingere. (A.T.)

Plan – Proiect elaborat cu anticipare, cuprinzând o suită ordonată de operaţii destinate să ducă la atingerea unui scop, pentru realizarea unor obiective. Într-un *plan* sunt fixate direcţiile şi principalele activităţi, pe o perioadă definită, repartiţia resurselor, responsabilităţile şi eventual sunt făcute corelaţiile între activităţile desfăşurate. (A.T.)

Poştă electronică – Cunoscută şi sub denumirea *E-mail* (de la Electronic mail) asigură *comunicarea* între *parteneri*, prin intermediul calculatoarelor electronice care transmit, memorează sau primesc *mesajele*. În 1989, numai în America de Nord existau cca. 7 milioane de căsuţe poştale electronice, dintre care peste două treimi se aflau la domiciliul abonaţilor; în 1988 firmele americane au schimbat între ele peste 2 miliarde de mesaje electronice. Principalele societăţi americane de *e-mail* - Compuserve mail şi MCI mail - au peste un milion de abonaţi fiecare. (E.D.)

Poșta vocală – Cunoscută și ca *V-mail* (de la Voice mail) este asemănătoare *poștei electronice*, în loc de mesaje scrise, prelucrându-se mesaje verbale. Astfel de sisteme sunt realizate încă din 1980, iar la sfârșitul aceluiași deceniu, în SUA, 70 la sută dintre mesajele telefonice erau preluate de roboți. Unul din liderii sistemelor de poștă prin voce este Octel Communications Corporation din Milpitas, California (SUA). (E.D.)

Poziție – **1.** Loc pe care îl ocupă cineva sau ceva (în raport cu altcineva sau altceva); fel, mod în care este așezat cineva sau ceva (în spațiu). **2.** Raport, relație existentă între două ființe, obiecte, fenomene. **3.**Teren, loc pe care sunt așezate trupele pe front sau vasele de război pe mare, folosit ca bază de atac sau de apărare. *Expr.* – *A lua poziție* – a manifesta o atitudine fermă, hotărâtă; *A sta pe poziție* – a-și menține părerile, hotărârile. **4.** A se găsi pe *poziții* opuse (sau pe aceiași *poziție*) – a fi de păreri contrare (sau de aceiași părere). (A.T.)

Poziție de negociere – Felul, modul în care *negociatorul* se raportează la rezultatul dorit al *negocierii*. Înainte de a începe *negocierea*, orice *negociator* trebuie să-și precizeze pozițiile de *negociere* și anume: *poziția de deschidere sau declarată, poziția obiectiv* și *poziția de ruptură*. (E.B.)

Poziția de deschidere sau declarată – Este poziția de plecare, aceea cu care, un *negociator* își începe expunerea pretențiilor. De regulă, orice negociator solicită pentru început mai mult decât speră să obțină, pentru a lăsa loc unor concesii. Astfel fiecare renunță la unele condiții pentru a obține alte avantaje, de aceea pe parcurs coboară nivelul pretențiilor declarate inițial. Deoarece orice concesie are o valoare mai mare înainte de a fi acordată decât după aceea, fiecare face o ofertă de deschidere peste valoarea poziției obiectiv (țintă) pe care și-o fixează. De regulă, cumpărătorul pornește întotdeauna de jos, oferind un preț mai mic decât pe cel care are de gând să-l plătească în timp ce vânzătorul pornește de sus, solicitând un preț mai mare decât acela pe care are de gând să-l accepte. Între poziția declarată și poziția de ruptură apare spațiul pentru concesii. (E.B.)

Poziția obiectiv sau țintă – Reprezintă valoarea rezultatului pe care un *negociator* ar dori în mod ideal să-l obțină în urma *negocierii*.

Este un lucru probat de realitate faptul că, cu cât se stabileşte un obiectiv mai înalt, dar realist, cu atât creşte probabilitatea de a obține mai mult. Părțile care negociază, de exemplu vânzătorul şi cumpărătorul, se îndreaptă spre poziția obiectiv din direcții diferite. (E.B.)

Poziția de ruptură – Reprezintă valoarea rezultatului la care un *negociator* ar prefera să se retragă dintr-o *negociere* şi să accepte o altă alternativă (de exemplu *BATNA*). Este cel mai prost rezultat al *negocierii*, un rezultat încă acceptabil, dar care oferă o satisfacție minimă. De cele mai multe ori o propunere care se află dincolo de *poziția de ruptură* este considerată ca o jignire, o ofensă ce deteriorează climatul *negocierii*. Stabilirea *poziției de ruptură* este foarte importantă deoarece ne fereşte de pericolul de a încheia un acord pe care mai târziu este posibil să-l regretăm. Într-o *negociere* se cunosc doar pozițiile declarate, celelalte poziții fiind intuite. Pe parcursul *negocierii*, părțile se străduiesc să se apropie de *poziția țintă*, dezvăluind elementele care ajută la intuirea cu un grad înalt de probabilitate a acesteia ca şi a celei de *ruptură*, de către cealaltă parte. (E.B.)

Pragmatica – Tratează raporturile *emițător – receptor*, semne, combinații de semne punând accentul pe aspectele practice ale acestora. (E.D.)

Prejudecată – **1.** Părere, idee preconcepută (şi adesea eronată) pe care şi-o face cineva asupra unui lucru, fiind adoptată de obicei fără cunoaşterea directă a faptelor, adesea fiind impusă prin educație, societate. Orice atitudine, față de o persoană, care nu este justificată de fapte. **2.** Judecată care nu are o justificare rațională şi care, de obicei, este eronată; opinie în general peiorativă, mai mult sau mai puțin implicită, fără verificare sau control critic. Prejudecata se constituie la nivelul simțului comun şi apare la un individ sau la un grup cu privire la altul. Prejudecățile sunt asimilate în procesul de socializare, de însuşire a normelor, valorilor, modelelor de gândire şi de comportament proprii grupurilor. (A.T.)

Prejudiciu – Atingere adusă intereselor patrimoniale ale unei persoane fizice sau juridice (*prejudiciu material*) sau reputației, ori onoarei sale (*prejudiciu moral*) *sin.* daună, pagubă. (A.T.)

Presă – Reprezintă un *canal* de vehiculare a *informațiilor* în societate; a apărut ca o necesitate obiectivă și urmărește o eficiență socială. După Ted J. Smith III, profesor de Mass Communications la Virginia Commonwealth University din Richmond (SUA), *presa* este constituită dintr-o mare diversitate de *mass-media*, care include atât publicații, cât și servicii telegrafice și emisiuni de radio și tv.

La 27 mai 1928, Eugen Filotti afirma că *presa* este „cel mai puternic mijloc de difuziune și de infiltrație a ideilor, a opiniilor, a curentelor de gândire. Nici un altul nu este atât de direct, de insistent, de continuu, de insinuant. Nici un altul nu poate fi atât de util, dar și atât de primejdios".

Definirea *presei* nu pare a fi așa de simplă. Caracteristicile *presei* asupra cărora se poartă, cu mici variante, controverse, sunt următoarele:

1) apariția periodică;
2) reproducerea mecanică;
3) publicitatea;
4) varietatea sau universalitatea conținutului;
5) interesul general;
6) actualitatea;
7) caracterul economic.

Dimitrie Gusti admitea următoarele 3 componente în definiția pe care o da *presei*:

1) continuitatea;
2) conținutul de interes general sau actualitatea;
3) intenția de a face produsul spiritual în chestiune accesibil *publicului*, cu alte cuvinte, publicitatea pe calea reproducerii mecanice.

Presa s-a dezvoltat, condiționată de o serie de premise tehnice:

- inventarea tiparului;
- organizarea serviciului de poștă;
- organizarea curierilor săptămânali, care au făcut cu putință dezvoltarea hebdomadarelor;
- perfecționarea mașinilor de tipărit;
- existența rețelei de căi ferate care a permis, în secolul al XIX-lea ca să predomine cotidienele.

În 1776, primul amendament al Constituției SUA stabilea libertatea *presei*. Deja, în 1783 apăreau în SUA 35 ziare cu orientări partinice diferite, dintre care numai unul singur era cotidian.

Presa pe care o cunoaștem astăzi își are începuturile în deceniul al patrulea al secolului al XIX-lea, odată cu apariția cotidienelor de mare tiraj, care se dezvoltă spre sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului al XX-lea, strâns legate de noile progrese ale poligrafiei, dezvoltarea mijloacelor de informare rapidă (telegraf, telefon, radio), de perfecționarea mijloacelor de transport (creșterea rețelei de căi ferate și auto, de linii

aeriene). În 1980, Editura Naha publica romanul SF de succes, „The Paradise Plot" (Parcela paradisului), în care abonaţii reţelei News Satellite Network (NSN) primesc prin cablu la domiciliu, pe un teleimprimator, care bâzâie necontenit, un şir de ştiri scurte, 24 ore pe zi; relatările cele mai demne de încredere sunt furnizate de Harry Porter, reporter al singurului ziar care mai apare în Statele Unite, „The Herald Times News".

Rolul presei este nu numai de a servi societatea prin furnizarea unor relatări corecte privind conflictul de idei, ci şi de a o salva şi perfecţiona, principala datorie a ziaristului fiind aceea de a focaliza atenţia publicului asupra problemelor şi deficienţelor, erorilor şi ameninţărilor sociale, afirmă Ted J. Smith III, profesor de „mass communications" la Virginia Commonwealth University din Richmond (SUA), cel care îşi pune şi următoarele întrebări:

1) Cum vom face distincţie în viitor între ştiri şi divertisment ?

2) Este de aşteptat ca noile tehnologii să conducă la apariţia unui nou tip de ştiri?

3) Dacă presa nu ne-ar fi informat, cine ar fi făcut acest lucru ?

4) Cum ar putea fi definit ziaristul viitorului ?

5) Care va fi viitorul transmiterii informaţiilor ? (E.D.)

Presa scrisă – Cuprinde toate publicaţiile cotidiene şi periodice. Este un instrument puternic de influenţare şi educare a opiniei publice, de transmitere a *informaţiilor* şi cunoştinţelor din toate domeniile. (E.D.)

Presa vorbită – Cuprinde ansamblul emisiunilor de *informaţii* radiofonice sau televizate. (E.D.)

Pretenţii care nu sunt negociabile – Privesc aspecte în care una dintre părţi consideră că nici un compromis nu este posibil. Ex.: tabuuri şi credinţe religioase, convingeri politice, valori culturale specifice, anumite uzanţe. (E.B.)

Prime time – Se referă la intervalul de timp dintre orele 18-22, în care un post tv obţine cca. 75 la sută din *audienţa* şi veniturile sale. (E.D.)

Principiu – **1.** Element fundamental, idee, lege de bază pe care se întemeiază o teorie ştiinţifică, un sistem politic, juridic, o normă de conduită. *Loc. adv.* – *în principiu* – din punct de vedere teoretic, în general. (*la plural - principii*) Totalitatea legilor şi a noţiunilor de bază a unei discipline. **2.** Ele-

ment primordial, cauza primară sau punct de plecare a ceva. **3.** Convingere intimă, punct de vedere propriu. *Loc. adv. – din principiu* – conform unui punct de vedere bine stabilit. (A.T.)

Principiu de negociere – Convingere puternică, punct de vedere, normă de conduită cu privire la modul în care trebuie abordată negocierea. *v. p. cooperării, respectului şi înţelegerii; p. compensării obligaţiilor reciproce; p. moralităţii şi legalităţii; p. respectării avantajului reciproc (WIN-WIN); p. operativităţii decizionale bazate pe analiza colectivă.* (E.B.)

Principiul compensării obligaţiilor reciproce – Principiu conform căruia orice formă de negociere este marcată de efectele acţiunii compensatorii. După Şt. Prutianu, în psihologia comunicării, se vorbeşte de o aşa numită „lege psihologică a reciprocităţii". Conform acesteia, dacă cineva dă sau ia ceva, partenerul va resimţi automat dorinţa de a-i da, respectiv de a-i lua ceva în schimb. Chiar dacă nu dăm ceva în schimb, în mod efectiv, rămânem oricum cu sentimentul că suntem datori, că ar trebui să dăm. Urmare a acţiunii subtile a acestei legi psihologice, într-o negociere consecinţele constau în reciprocitatea concesiilor, a obiecţiilor, a represaliilor, etc. Expresiile latineşti ale acestui principiu sunt: „Do ut des" şi „Facio ut facias", adică „Dau dacă dai", „Fac dacă faci", „Dau ca să dai", „Fac ca să faci", „Dacă mai dai tu, mai las şi eu", „Dacă faci concesii, voi face şi eu", „Dacă ridici pretenţii, voi ridica şi eu". Negociatorul experimentat simte că orice concesie care i se face fără o justificare logică aparentă, urmăreşte un avantaj unilateral în perspectivă de proporţii mult mai consistente, întocmai ca la jocul de şah: sacrifici o piesă pentru a câştiga peste câteva mutări două sau chiar partida. (E.B.)

Principiul cooperării, respectului şi înţelegerii – Principiu conform căruia un bun *negociator* trebuie să dovedească în permanenţă un înalt spirit de cooperare, respect şi înţelegere faţă de partenerul său. El trebuie să aibă un rol activ, cooperant, constructiv, să pătrundă în intimitatea argumentelor oponentului, să se substituie în locul acestuia şi să-şi completeze raţionamentul cu aspecte de pe poziţia respectivului oponent. *Cooperarea* înseamnă şi logică, elasticitate, ieşire din situaţii de expectativă paralizante, toate în limita demnităţii şi respectului

reciproc. *Negociatorul* cooperant își va ajuta *partenerul*, furnizându-i argumente logice, susceptibile să ilustreze în mod convingător și avantajele acestuia. Dacă constată erori strecurate în raționamentul *partenerului* său, trebuie să-i sugereze ideea rectificării mandatului bazat pe calcule eronate sau incomplete, nu înainte de a-și revizui cu deplină răspundere și discernământ propriul mandat, dacă constată sau i se demonstrează de către oponent, că este viciat. (E.B.)

Principiul moralității și al legalității – Principiu care presupune respectarea prevederilor legale și a prescripțiilor morale. Legea este lege și cei mai mulți o respectă dincolo de principii pentru a evita consecințe nedorite. Moralitatea înțelegerilor, a acordurilor încheiate, acolo unde legea nu le apără, rămâne adesea o chestiune de principiu, de deontologie. A negocia ceea ce este legal și moral sub aspectul obiectului și a condițiilor negocierii este un lucru absolut necesar dar nu și suficient. Mai trebuie să ne și abținem de la folosirea acelor tehnici de *comunicare*, care scapă parțial sau total controlului conștient al partenerului: hipnoză, analiză tranzacțională, mesaje subliminale, droguri etc. Accentuăm aici importanța faptului că nu-i suficient să te abții de la a face rău, ci, trebuie să faci binele.

Nu se pot negocia:

- viața sau demnitatea unei persoane;
- legile;
- decizii care trebuie puse în practică;
- înțelegeri care au fost convenite deja. (E.B.)

Principiul operativității decizionale bazate pe analiza colectivă – Principiu care se bazează pe faptul că un bun *negociator* trebuie să manifeste inițiativă, curaj și voință de decizie în momentele optime ale dezbaterilor, deoarece tărăgănarea, tergiversarea și prelungirea *negocierilor* se poate dovedi extrem de păgubitoare, conducând la crearea unei atmosfere neprielnice negocierii.

Pentru a putea proceda așa, *negociatorul* va căuta ca în prealabil, indiferent de natura mandatului, să analizeze temeinic în cadrul *echipei de negociere*, aspectele de fond ivite. Proverbial se spune că două capete sunt mai bune decât unul singur și acest lucru se dovedește cu atât mai adevărat în contextul deosebit de complex în care se desfășoară tranzacțiile zilelor noastre. (E.B.)

Principiul respectării avantajului reciproc (WIN-WIN) – Principiu care se bazează pe faptul că orice tranzacție trebuie să fie reciproc avantajoasă. Aceasta nu înseamnă că fiecare parte trebuie să câștige la fel, lucrul de altfel greu de apreciat. Dar fiecare, în intimitatea propriului calcul, trebuie să aibă de câștigat din afacerea încheiată. Împingerea *partenerului* dincolo de limita unui avantaj minimal, evident, duce la deteriorarea relației respective lipsind-o de cele mai, multe ori de un viitor. Nici o *negociere* nu trebuie să se întemeieze pe înșelăciune. A forța *partenerul* să-ți accepte condițiile exagerate, în împrejurări fortuite, sau a-l înșela profitând de insuficienta lui documentare este posibil. Dar, de câte ori? Câștigul forțat sau bazat pe înșelăciune se va solda în final cu mari pierderi. Se pierde un *partener* potențial și se alterează imaginea firmei, ceea ce pe termen lung poate aduce prejudicii semnificative. Opus avantajului reciproc este dezavantajul reciproc. (E.B.)

Problemă socială – Caracteristică, situație apărută în dinamica unui sistem social, care afectează negativ funcționarea sa și necesită intervenție pentru corectare (modificarea sau eliminarea sa). Problemele sociale sunt generatoare de conflicte. (A.T.).

Producător – Responsabilul administrativ al unei emisiuni. (E.D.)

Program de flux – Emisiune care se difuzează o singură dată, de regulă în direct. (E.D.)

Program de stoc – Emisiune care se difuzează de mai multe ori (de exemplu filmele documentare sau artistice. (E.D.)

Program prin satelit – A debutat în 1962, după 5 ani de la lansarea primului Sputnik. Atunci, satelitul american Telstar a fost utilizat pentru a transmite primele semnale tv din spațiul extraatmosferic. In 1965, Early Bird (Intelsat 1) devine primul satelit care, pe o orbită geostaționară (situată la cca. 36 mii km de Terra) transmite programe tv în scopuri științifice și militare. Abia după 10 ani, SUA vor lansa primul satelit de televiziune publică, în timp ce Franța și Germania experimentau sistemul. Comisia Federală Pentru Comunicații a SUA, a autorizat în 1976 ca persoanele particulare să intre în posesia antenelor care captează semnale provenind de la sateliți, iar în anul următor, la Geneva, Conferința Administrativă Mondială

Pentru Serviciile de Teledifuzie prin Satelit elaborează, sub egida Uniunii Internaționale de Telecomunicații – Planul de Radio – Teledifuzie Directă prin Satelit pentru Africa, Asia, Europa, cele două Americi și Australia. (E.D.)

Propagandă – Activitate sistematică de transmitere, promovare sau răspândire a unor doctrine, teze sau idei de pe pozițiile unei anumite grupări sociale și/sau ideologii, în scopul influențării, schimbării, formării unor concepții, atitudini, opinii, convingeri sau comportamente.
Se realizează astfel încât să conducă la realizarea scopurilor și intereselor grupului pe care îl servește, neexistând o *propagandă* neutrală valoric sau obiectivă. Cel mai adesea, *propaganda* se constituie ca un subsistem al sistemului politic al unui partid, al unui grup social sau al unui regim de guvernare și urmărește realizarea unor scopuri de *manipulare*. (A.T.)
Derivă etimologic de la latinescul *propagare* și înseamnă răspândirea unor idei cu scopul de convinge și câștiga adepți cărora le schimbă atitudinea și comportarea,mobilizându-i la acțiune. A propaga înseamnă a spune, a iniția, a convinge pe alții despre ideile și faptele tale.
Considerată drept caz special al comunicării umane, *propaganda* trebuie deosebită de *agitație* (propagandă redusă, transmiterea unei singure idei) sau *persuasiune* (propagandă intensă ce are ca rezultat modificarea comportamentului persoanei).
Scopul *propagandei* moderne, așa cum este enunțat de J. Ellul, nu mai este de a modifica ideologia, ci de a provoca acțiune (ortopraxie). Propaganda clasică era îndreptată către obținerea aderenței totale la o idee, în timp ce azi se urmărește obținerea aderenței totale și directe la acțiune. Pentru realizarea ortopraxiei se folosesc mai multe posibilități: producerea unei imagini globale, atotstăpânitoare asupra obiectului dorit (metoda mitului) aplicarea practică a teoriei disonanței cognitive, behavioriste și psihanalitice etc. (E.D.)

Protocol de deschidere – Fază a negocierii care reprezintă partea de început a negocierilor care, în aparență, este consacrată oricăror altor preocupări decât cele privind negocierea propriu-zisă. (E.B.)

Public – Ansamblul persoanelor cărora le este destinat un *program*. (E.D.)

Putere – **1.** Faptul de a putea; capacitate, însușire, posibilitate fizică, morală, intelectuală de a acționa, de a realiza ceva; putință, forță, tărie, puternicie. *Loc. din toate puterile* – cu toate forțele, cu toată râvna. *Expr.* A-i sta (a-i fi) cuiva în putere – a avea capacitatea, posibilitatea sau experiența de a face ceva. **2.** Intensitate. eficacitate, tărie. *Putere de stat* – atribut al clasei dominante care folosind statul ca instrument al sau, înfăptuiește conducerea societății. *Loc. prep.* – *în puterea* – în virtutea, în baza. Expr. *A avea putere deplină* – a avea dreptul nelimitat și necondiționat de a acționa în numele cuiva. Expr. *în toată puterea cuvântului* – în adevăratul sens al cuvântului, veritabil, autentic. **3.** Capacitatea cuiva de a-și impune voința în cadrul unei relații sociale, în ciuda oricărei rezistențe întâmpinate și indiferent de factorii care determină această capacitate. Puterea este o dimensiune a anumitor relații de interdependență socială, ceea ce face din ea un concept relațional. Nu se poate afirma despre o persoană sau un grup că «are putere» fără a se specifica în relație cu cine și ce anume îi conferă acest atribut. Mai degrabă puterea este un proces decât o entitate sau o structură fixă. (A.T.)

Putere de negociere – Capacitatea pe care un agent A (individ sau grup) o are de a-l determina pe un alt agent B (tot individ sau grup) să facă ceea ce vrea A ca el să facă în procesul negocierii. Există mai multe surse de putere care se conturează, ce nu sunt independente și nici nu se exclud reciproc, cum ar fi: *p. circumstanțială; p. coerciției; p. dependenței; p. expertizei; p. informațională; p. normativă; p. personală; p. poziției; p. recompensei.* (E.B.)

Puterea circumstanțială – *Putere* bazată pe posibilitatea lui A de a recurge la ajutorul unor terți, valorificarea unor oportunități sau a șansei care îl avantajează. (E.B.)

Puterea coerciției – *Putere* bazată pe capacitatea pe care o are A de a-l pedepsi (material sau psihologic) pe B. (E.B.)

Puterea dependenței – *Putere* bazată pe faptul că activitatea lui B depinde de activitatea lui A. (E.B.)

Puterea expertizei – *Putere* bazată pe competența recunoscută a lui A într-un anumit domeniu. (E.B.)

Putere informațională – *Putere* bazată pe percepția lui B că A are

acces la surse sau rețele de informare valorizate de B. (E.B.)

Puterea normativă – *Putere* bazată pe faptul că cererile lui A sunt în conformitate cu normele, regulile, prevederile legale sau morale. (E.B.)

Putere personală – *Putere* bazată pe ascendentul psihologic (*carisma*) lui A față de B. (E.B.)

Puterea poziției (legitimității) – *Putere* bazată pe valorile și normele interiorizate ale lui B, care îi spun că A are anumite drepturi asupra lui. (E.B.)

Puterea recompensei – *Putere* bazată pe capacitatea pe care o are A de a-l recompensa (material sau psihologic) pe B. (E.B.)

Radio – Mijloc tehnic de comunicare prin intermediul undelor hertziene.

Principale etape în dezvoltarea radioului

- 1832 - pictorul şi fizicianul american Samuel Morse imaginează telegraful electric, a cărui primă demonstraţie practică se desfăşoară în 1837, iar prima linie stabilă, Washington-Baltimore, va fi inaugurată la 24 mai 1844. Pentru transmiterea *mesajelor* se utiliza un alfabet convenţional alcătuit din linii şi puncte;
- 1864 - Thomas Edison, cel mai prolific inventator al tuturor timpurilor, creează telegraful duplex;
- 1881 - teatrofonul lui Clement Ader (lega prin fir câteva teatre, apoi alte locuri publice şi particulare); pionier al aviaţiei, C. Ader a contribuit la perfecţionarea microfonului telefonului lui Bell (1875);
- 1885 - Aleksandr Stepanovici Popov construieşte primul *receptor* bazat pe unde electromagnetice şi, la 24 martie 1896, transmite la o distanţă de 250 m primul mesaj fără fir, în alfabet Morse;
- 1888 - fizicianul german Heinrich Hertz descoperă undele electromagnetice, numite apoi hertziene şi arată că ele posedă proprietăţile luminii;
- 1899 - Marconi, fizician italian, stabileşte prima legătură radio între Franţa şi Anglia, prin intermediul antenelor;
- 1901 - Marconi realizează prima transmitere a informaţiilor pe cale hertziană, la nivel intercontinental (3.000 km);
- 1900 - 1905 - trioda lui Lee de Forest;
- 1907 - 1912 - Eduard Belin, fizician francez, inventator al procedeelor fototelegrafiei şi teleautografiei (transmiterea la distanţă a scrisului şi desenului), efectuează primele transmisii reuşite pe un circuit telefonic, cu aparatul care-i poartă numele - belinograful;
- 1908 - în marina română se instalează primul post de radio;
- 1919 - primele emisiuni de *radio* în Olanda şi Rusia;
- 1920 - primele reţele de radiodifuziune în SUA şi Anglia;
- 1921 - experienţele cu unde *radio* ale generalului Ferrie (Franţa);

- 1922 - primul post de *radio* privat francez - Radiola;
- 1925 - se constituie la Bucureşti Asociaţia prietenilor radiofoniei şi este adoptată Legea pentru instalarea şi folosirea staţiunilor radioelectrice, care prevedea înfiinţarea „Societăţii de difuziune radiotelefonică din România" (prevederile legii nu au putut fi aplicate din lipsă de fonduri); septembrie - apare publicaţia „Radio Român"; octombrie - publicaţia „Radiofonia"; decembrie - prima transmisie radiofonică: „Cântece interpretate de d-na A. Feraru acompaniată de d-l Ackermann";
- 1928 - inaugurarea postului naţional român de *radio*;
- 1948 - este descoperit tranzistorul, aplicat practic după 5 ani;
- 1950 - se realizează înregistrări magnetice profesionale ale sunetului;
- 1953 - se descoperă procedeul Hi-Fi (înalta fidelitate). (E.D.)

Rasism – 1. Proces de discriminare, legat de credinţele şi ideologiile conform cărora rasele omeneşti pot fi clasificate de la inferior la superior, în baza caracteristicilor biologice fundamental diferite cu care ele sunt înzestrate. **2.** Teorie social-politică care susţine inegalitatea biologică şi intelectuală a raselor umane. **3.** Acţiunea de discriminare rasială – *sin.* apartheid (cuvânt de origine african) echivalent cu politica de segregaţie rasială promovată de autorităţile albe din Republica Sud Africană până în anul 1994.

Nelson Rolihlahla Mandela (n.18 iulie 1918) este unul dintre cei mai cunoscuţi militanţi pentru abolirea apartheid-ului, el a fost liderul Congresului Naţional African şi primul preşedinte de culoare al Republicii Africa de Sud (1994-1999). Condamnat pe viaţă la 12 iunie 1964, a fost eliberat, după 27 de ani închisoare, la 11 februarie 1990. În 1993 i s-a decernat Premiul Nobel pentru Pace. Ca preşedinte, Mandela a format *Comisia pentru adevăr şi reconciliere*, menită a investiga încălcările drepturilor omului sub apertheid şi a avut numeroase iniţiative menite să îmbunătăţească standardul de viaţa al populaţiei de culoare din Africa de Sud. În 1996, a ratificat o nouă constituţie a Africii de Sud. Mandela s-a retras din politică în iunie 1999, la vârsta de 80 de ani. A fost urmat in funcţia de preşedinte de Thabo Mbeki, din partea aceluiaşi partid. (A.T.)

Război – 1. Conflict armat (de durată) între două sau mai multe grupuri, clase sociale sau state, pentru realizarea unor interese economice şi politice; război. Expr. *Război drept* – luptă armată care urmăreşte apărarea împotriva unei

agresiuni externe, eliberarea de sub jugul exploatării şi asupririi sociale sau naţionale, apărarea unei orânduiri sociale noi împotriva forţelor contrarevoluţionare interne şi externe. *Război nedrept* – luptă armată care urmăreşte cotropirea, subjugarea altor popoare, înăbuşirea mişcărilor de eliberare naţională şi socială. *Război civil* – luptă armată între clasele progresiste şi cele reacţionare din interiorul unui stat în vederea schimbării orânduirii sociale de stat sau pentru menţinerea celei existente. *Război rece* – stare de încordare, de tensiune în relaţiile internaţionale, provocată de politica de ostilitate a unor state faţă de altele, care nu ia totuşi forma unui conflict armat. **2.** Tip de interacţiune socială între două sau mai multe comunităţi, desfăşurat în forma unui *conflict* violent, de regulă armat, şi în baza unor norme strict determinate. *Războiul* are elemente definitorii care însă cunosc o mare variabilitate, în funcţie de epocă istorică dar şi de modelul cultural la care ne raportăm. Diversitatea formelor ca şi a concepţiilor despre război poate fi înţeleasă dacă se face analiza normelor care îl reglementează. Acestea, de regulă, nu au un caracter universal şi din acest motiv normele pe care le considerăm adesea ca fiind definitorii pentru război în general, nu aparţin de fapt decât războiului modern. De exemplu, norma distrugerii fizice a adversarului sau aceea potrivit căreia ţintele legitime sunt atât grupurile militare cât şi populaţia civilă, caracterizează în principal epoca modernă, care a promovat războiul total şi a transformat astfel dreptul de a participa la *război* într-o obligaţie a tuturor cetăţenilor care sunt mobilizaţi fie pentru luptă, fie pentru muncă. În alte epoci însă, cei ce puteau participa la *război* aveau un statut special, acesta constituindu-se mai degrabă într-un privilegiu şi nu într-o obligaţie cetăţenească, numărul acestora fiind foarte mic, comparativ cu populaţia totală. (A.T.)

Receptor – Persoană care recepteză, primeşte un mesaj. (E.B.)

Religie – **1.** Sistem de credinţe (dogme) şi de practici (rituri) privind modul de a se raporta la o divinitate care îi uneşte, în aceeaşi comunitate spirituală şi morală, pe toţi cei care aderă la acest sistem; **2.** totalitatea instituţiilor şi organizaţiilor corespunzătoare. În istoria umanităţii religia a generat diferite *conflicte*. *sin.* confesiune, credinţă. *fig.* crez, cult. (A.T.)

Represalii – **1.** Măsuri drastice luate de anumite autorități împotriva unor grupări, ca urmare a săvârșirii, de către acestea, a unor acte de răzvrătire. **2.** Mijloace de constrângere luate de un stat împotriva organelor sau cetățenilor altui stat, ca urmare a săvârșirii de către acel stat a unor acte ilicite față de cetățenii lui, spre a-l determina să revină asupra lor. (A.T.)

Represiune – **1.** Proces psihic, conștient și voluntar, prin care se renunță la satisfacerea unei dorințe, judecată ca fiind în dezacord cu propria persoană morală. Proces diferit de refulare, acesta fiind un fenomen inconștient de autoapărare și evitare a insatisfacției. **2.** ansamblu de acțiuni voluntare, organizate, atent planificate și aplicate, îndreptate spre limitarea posibilităților de formare și afirmare ale intereselor și acțiunilor unei persoane, grup sau organizație rivală. (A.T.)

Represiv – Care reprimă, care servește ca mijloc de reprimare; privitor la represiune. (A.T.)

Retorica – Disciplina *cuvântului* scris și, mai ales, vorbit, arta expresiei și a *limbajului*, tehnică, normă și instrument critic în aprecierea stilurilor individuale. Prima lucrare de *retorică*, în prezent pierdută, a fost scrisă de sicilienii Korax și Tisias în sec. V a. Hr. Devenită mai apoi un corp de doctrină normativă, dogmatică, *retorica* a alcătuit temeiul instrucției tineretului în întreaga antichitate greacă și romană. Arta de a vorbi în public, tehnica vorbirii în scopul de a asigura echilibrul vieții sociale, în viața publică sau juridică, în învățământul filosofic, în Agora greacă sau în Senatul roman a devenit o adevărată instituție, alcătuind o parte esențială a vieții culturale. Prin sofiști și retori, prin mari oratori, Socrate, Demostene, Cicero sau Quintilian, prin operele teoretice ale marilor filosofi, cu deosebire Aristotel, retorica a devenit, în antichitate, disciplina cuvântului scris și mai ales vorbit. însemnătatea acordată acestei științe, în același timp o artă, a putut avea în lungul secolelor vicisitudini, dar retorica nu a încetat niciodată să fie un îndreptar pentru corectarea cuvântului - expresie a unei gândiri exacte și logice, fapt subliniat deopotrivă de Cicero:... *Aceste două lucruri, strâns unite, înțelepciunea gândirii și eleganța limbajului* (Cicero, Despre orator, III, 16), ca și Boileau: *Cea ce este bine gândit, se exprimă cu ușurință* (Ars poetica, I). (E.D.)

Rețea comunicațională – O *structură comunicațională*, concepută într-un anumit mod.
Claude Flamand clasifică *rețelele de comunicații* în: centralizate, de tip lanț și circulare; în funcție de forma lanțului acesta poate fi de tip S, Y sau în formă de triunghi, pătrat etc. (E.D.)

Rezervat – **1.** Pus la o parte, reținut, oprit, păstrat pentru cineva. **2.** (Despre oameni, sentimente, atitudini) Care se ține în rezervă; sobru, circumspect, stăpânit, reținut, distant; discret. (A.T.)

Rezoluție – **1.** Hotărâre luată de un colectiv în urma unei dezbateri. **2.** Rezolvare pe care cel în drept o dă unei cereri, unui act. **3.** Dispariție a semnelor de boala sau a unui proces patologic. (DR) Desființare cu efect retroactiv, a unui contract, în cazul în care una din obligațiile reciproce, cărora acesta le dă naștere, nu a fost executată. (A.T.)

Rezolva – A găsi soluția unei probleme. A pune capăt unei controverse, unui litigiu, unui *conflict*; *sin.* a soluționa. (A.T.)

Risc – Probabilitatea de producere a unui eveniment sau curs de acțiune, de regulă nedorite pentru subiect.
Este o expresie fie a nedeterminării structurale a realității (caracterul probabilist obiectiv al evenimentelor), fie al incertitudinii, al insuficienței cunoștințelor noastre despre procesele reale. (A.T.)

Rundă de negociere – Denumire dată fiecăreia din părțile sau etapele succesive în care se împarte desfășurarea unei *negocieri*.
Derularea procesului de *negociere* propriu-zisă constă într-o succesiune de runde de discuții care conduc treptat la realizarea unui acord între părți. (E.B.)

Sancţiune – Modalitate utilizată în relaţiile sociale în vederea stimulării, impunerii, descurajării sau prevenirii unor comportamente individuale sau de grup în raport cu criterii morale sau juridice explicite. *Sancţiunile* pot fi pozitive sau negative. *Sancţiunile* pozitive sunt administrate în cazul în care se urmăreşte întărirea anumitor comportamente (sancţiuni premiale, recompense). *Sancţiunile* negative se recomandă atunci când se doreşte respectarea unor norme, reguli sau legi în raport cu care sfera comportamentelor individuale este indezirabil de largă (sancţiuni de corecţie sau punitive). (A.T.)

Semantica – Se ocupă cu studiul sensului cuvintelor. Etimologic, denumirea ei provine de la cuvintele greceşti *sęmain* = a semnifica şi *sęma* = semn.

Termenul *semantică* a fost introdus de Michel Bréal care o considera un domeniu lingvistic al cărui obiect trebuia să fie cercetarea cauzelor şi invarianţilor procesului de schimbare a sensului *cuvintelor*. (E.D.)

Semantica actului comunicaţional – *Mesajul* este un „produs" al autorului său, dar şi „prilejul", "cauza" proceselor emoţionale ale *receptorului*. Odată obiectivate, *mesajele* există independent de emiţător şi receptorul lor. Sunt statuate 3 niveluri ale existenţei *mesajelor*:

- material – existenţa ca atare;
- acţional – conţinutul mesajului;
- valoric – sensul mesajului, indiferent de timpul şi spaţiul emiterii lui.

Foarte multe *mesaje* nu ating nivelul al treilea, pentru că doar informează sau distrează prin conţinutul lor.

În *semantica actului comunicaţional* intră toate *semnificaţiile* pe care le poate avea transmiterea *mesajului* respectiv, uzând de *codurile* lui de semnificare. (E.D.)

Semiotica – Disciplina orientată spre analiza sistemelor de semne, coduri şi de limbaj, precum şi a funcţiilor lor. F. de Saussure independent de Ch. Peirce formulează o *teorie generală a semnelor, cvasi necesară sau formală* care să studieze *viaţa semnelor în sânul vieţii sociale*, pe care o

numeşte semiologie (semiotică). Saussure pune accentul pe funcţia socială a semnului, Peirce pe funcţia sa logică.

La începutul secolului al XX-lea era construită o teorie generală a semnelor. Ea a reţinut mai întâi atenţia sub numele de *semantică* generală, apoi de *semiotică;* diferenţele sensibile de obiect fiind marcate de principalii teoreticieni.

Roland Barthes susţinea *semiotica* drept ştiinţa tuturor sistemelor de semne, cu condiţia ca acestea să poată fi reconstruite empiric; erau astfel luate în considerare şi semnele extralingvistice, arhitectura lucrurilor şi imaginilor care oglindesc realul (exemplu: fotografia, filmul, semnalele gestuale, emisiunile vocale sau psihice necontrolate - râsul, plânsul, visele etc.).

H. E. Brekle divizează *semiotica* după sistemul de semne analizat în : generală (pură) - defineşte conceptele de bază utilizate în descrierea sistemelor de semne şi aplicată - studiază sistemele artificiale (construite) de semne. (E.D.)

Semn – P. Guiraud consideră semnele *simboluri convenţionale* şi le clasifică astfel:

a) *motivate* (iconografice): codurile de politeţe, moda etc.;

b) *arbitrare* (în funcţie de împrejurări): rituri, convenţii sociale etc.;

c) mixte.

După H. Brekle semnele sunt de două feluri:

a) *de tip index* : acesta, aici, acolo etc.;

b) *caracterizante:* cal, casă, iarbă etc. Acestea, la rândul lor se împart în: iconice şi simbolice. (E.D.)

Semnificaţie – Vezi *Sens.* (E.D.)

Sens – Noţiune referitoare la conţinutul şi nu la forma unui *cuvânt.* Semioticienii de elită îl caracterizează astfel: a) are un caracter procesual, unind conţinutul de formă (R. Barthes); b) nu există decât în funcţie de nevoile şi convenţiile colective (P. Francastel); c) se constituie în participare activă a subiectului receptor (Umberto Eco). Există un *sens de bază* care dă valoare expresivă şi un *sens contextual* care dă valoare sociocontextuală. Evoluţia valorilor este produsă de evoluţia *sensurilor* care rezultă dintr-un dublu proces:

- denumirea *sensurilor* - necesitatea de a deosebi două fenomene care par complementare sau interdependente;
- redenumirea *sensurilor* - până la eventuala complementaritate sau interdependenţă.

Pe aceste baze au fost stabilite mai multe tipologii ale schimbărilor de *sens*. H. E. Brekle divizează *sensul* în eidetic (de la termenul grecesc „eidos" – idee, concept) şi operatoriu.

G. Stern expune un inventar complet al schimbărilor de *sens*, considerate din punct de vedere cauzal şi funcţional în:

a) schimbări externe – prin substituţie (obiectivă, subiectivă şi cognitivă);

b) schimbări lingvistice – prin deplasarea relaţiei verbale (analogie, diminuare), referenţiale (numire, transfer) şi subiective (permutare, adecvare).

S. Ullman, în mod analog, prezintă schimbări datorate conservărilor lingvistice sau inovaţiilor lingvistice.

A. Meillet şi K. Nyrop enumeră cauzele care determină schimbările de *sens* ale conceptelor:

- istorice - schimbări în ştiinţă, tehnică, instituţii, moravuri, care antrenează schimbarea obiectelor şi de aici, schimbarea numelor acestora;
- sociale - prin împrumut şi imitaţie socială, deplasarea ariei sociale a *cuvintelor*, specializare sau generalizare, care antrenează restrângerea sau extensia ariei semantice a *cuvintelor*;
- psihologice - prin îmbogăţirea *expresivităţii*, folosirea eufemismelor sau tabuurilor;
- lingvistice - schimbări fonetice, morfologice, sintactice. (E.D.)

Sentiment – Stare afectivă mai complexă şi mai durabilă decât *emoţia,* manifestându-se şi în absenţa stimulului.

De exemplu, mânia care este o *emoţie* se poate transforma într-un sentiment dacă este îndreptată împotriva cuiva, mai ales dacă ne este şi teamă de acea persoană. După E. Berne, fiecare individ alege, prin traumatism sau prin modelare, în copilăria sa timpurie, un tip dominant de *sentiment* pentru maniera sa de exprimare, denumit „racket". În viziunea sa, un racket este „*sentimentul* ales de o persoană, dintre toate *sentimentele* posibile, ca beneficiu psihologic al jocurilor sale psihologice". El poate avea consecinţe fericite sau nefaste pentru toată viaţa. În viaţa de zi cu zi, *emoţiile* sunt mai puţin spontane decât s-ar putea crede. De altfel, indivizii trec de-a lungul vieţii de la un mod spontan şi necontrolat de a-şi exprima *emoţiile*, la unul mult mai rezervat, chiar cenzurat în anumite culturi.

Educaţia şi împrejurările vieţii ne învaţă să ne exprimăm cu precădere *emoţiile* admise de morală, uzanţe sau lege, ca pozitive şi adecvate. Dar cu cât suntem mai

duplicitari, cu atât suferim mai mult, deoarece reprimarea *emoțiilor* și a *sentimentelor* adevărate prin înlocuirea lor cu altele false se face cu anumite costuri psihologice, ceea ce generează suferință. Fiecare *emoție* și *sentiment* neexprimat (reprimat, deviat, substituit) se răzbună prin acumularea unei tensiuni psihologice, care răbufnește din timp în timp sub forma unor ieșiri nervoase. Organismul uman se răzbună și aceasta explică ceea ce Norbert Sillamy numește „abreacție", adică reacția afectivă întârziată, prin care are loc eliberarea bruscă de *emoții* sau *sentimente*, până atunci blocate sau refulate. În acest mod tensiunea acumulată dispare și organismul își reface echilibrul. (E.B.)

Sinonimie – Identitatea semnificației a două *semne* sau secvențe de *semne* lingvistice. (E.D.)

Sintaxa – Ramură specializată a *semioticii*. R. Carnap o numea în 1934, *sintaxa* logică a *limbajului*, teoria formelor lingvistice, care tratează *limbile* drept calcule specifice pentru construirea cărora elaborează instrucțiuni. De asemenea, *sintaxa* analizează ordinea și organizarea *semnelor*. (E.D.)

Sociabil – Capabil să trăiască în relații permanente cu semenii săi, în societate; căruia îi plac relațiile cu semenii săi, care se împrietenește ușor cu alții; *sin.* comunicativ, apropiat, prietenos. (A.T.)

Sociologia comunicării – Studiază implicațiile sociale ale actului (procesului) de *comunicare*. (E.D.)

Sociologia comunicațiilor – Se ocupă cu studiul *canalelor comunicaționale* și ale influenței acestora asupra societății umane.
Sociologia comunicațiilor sau *sociologia comunicațiilor de masă* definește raportul dintre un *canal comunicațional* și diferitele aspecte ale unei societăți de masă: producție de masă, consum de masă, receptare de masă. Cele patru zone de studiu ale acesteia sunt pentru George Friedmann:
- raportul cu societatea globală;
- efectele atribuite comunicațiilor de masă: *manipulare*, siluirea mulțimilor (Jacques Ellul);
- conținutul și importanța mesajului comunicațional;
- atitudinile, rolurile, nevoile și funcțiile acesteia.
Traian Herseni definește o *sociologie a comunicațiilor* și *informațiilor* (poștă, telegraf, telefon, *radio*), cu un accent tot mai mare pe mijloacele *comunicării de*

masă (*presă*, cinema, *radio* şi tv), instituţiile şi organizaţiile de acest gen, efectele socio-culturale după categoriile sociale, gradul de interes şi receptivitate al acestora etc., prin care se trece pe nesimţite la ramurile culturale ale sociologiei (sociologia culturii de masă, sociologia *informaţiei*, sociologia *propagandei* etc.).

Sociologia opiniei publice – Studiază apariţia, istoricul, clasificările, natura, funcţiile, structura, relaţiile opiniei publice în evoluţia umanităţii. Principalii teoreticieni ai opiniei publice sunt consideraţi Gustave le Bon, Gabriel Tarde, Jean Stoetzel, André Girard, Gerhard Maletzke. (E.D.)

Sociologia propagandei – Studiază *mesajele*, luând în considerare modificările induse la nivelul *receptorului* acestor *mesaje*. (E.D.)

Spaţiu de negociere – Reprezintă mulţimea rezultatelor localizate între *poziţiile de ruptură*. (E.B.)

Spaţiu pentru concesii – Reprezintă mulţimea rezultatelor localizate între *poziţia declarată* şi *poziţia de ruptură*. Practica *negocierilor* demonstrează că este bine ca acest spaţiu să fie suficient de mare, pentru a putea acorda concesii pe măsura celor oferite de partener, sau pentru a-l determina să ofere concesii de aceeaşi valoare. (E.B.)

Spaţiu (zonă) de acord potenţial – Reprezintă mulţimea sau evantaiul de rezultate ale negocierii cu care ambele *părţi* ar putea fi de acord. (E.B.)

Stabilitate – **1.** Însuşirea de a fi stabil, solid, trainic; soliditate, statornicie; fermitate. *sin.* Durabilitate, trăinicie. **2.** Faptul de a-şi păstra locul, de a nu fi mişcat din loc; fixitate, situaţie sigură, fermă. (A.T.)

Stabor – *Tribunal rrom (ţigănesc)*, care îşi are rădăcinile în vechea tradiţie a etniei rrome. Acum câteva sute de ani a fost conceput ca un sfat al bătrânilor, cu menirea de a aduce pacea între membrii comunităţii. *Staborul* judecă pricinile cu scopul de a se ajunge la o înţelegere, iar dacă la sfârşitul judecăţii nu se ajunge la o înţelegere/împăcare, urmările sunt extreme (agresiuni, mutilări, chiar crime). Hotărârile *staborului* devin „lege" şi nimeni nu se poate abate de la ele. Dacă una din părţi nu este mulţumită de verdict, poate face recurs. Recursul este judecat de alţi rromi. Singurii care nu apelează la *stabor* sunt rromii ursari. Când este vorba

totuşi despre un *conflict* major şi rromii ursari sunt aduşi în faţa acestui tribunal, cu forţa. În afară de crime, care nu intră în jurisdicţia acestui tribunal, restul conflictelor sunt judecate în acest mod. Autorităţile acceptă tacit şi ignoră această practică tradiţională. (A.T.)

Standard – Mod de codificare a semnalului tv color, compus din trei elemente: sunetul, semnalul de luminanţă, semnalul de culoare. Cele trei standarde folosite sunt: PAL, SECAM (câte 625 linii) şi NTSC (525 linii). (E.D.)

Staţie – Element fizic al reţelei (*network*), unde se operează dezvoltarea locală a programelor. (E.D.)

Stereotip – Etimologic, termenul provine de la cuvintele greceşti stereo + typos = urmă întipărită). Proces de generalizare al comportamentului tuturor membrilor unui grup în concordanţă cu părerea despre cineva/un grup sau ceva/un fapt, că are caracteristici particulare, adesea fără justificare, doar pe baza faptului că mai multe persoane cred/au o părere despre acel lucru.
Comportamentele stereotipice, credinţele stereotipice sunt influenţate de rasă, religie, naţionalitate, sex etc. Cei mai mulţi indivizi, dacă nu chiar toţi, percepem comportamentul celorlalţi prin stereotipuri. Spre exemplu, se crede în mod stereotipic că sufragetele/feministele agresive şi neatractive sau că femeile manager sunt prea emoţionale pentru a fi conducătoare eficiente.
Stereotipul se manifestă în domeniul sensibil al opiniilor şi *mentalităţilor*. De exemplu, se manifestă o atitudine nefondată pe date precise, dar adoptată de membrii unor grupuri (minorităţi sexuale, etnice, elevi buni, elevi răi etc.). *Mass-media* este implicată şi răspunzătoare de impunerea anumitor *stereotipuri* în anumite grupuri sociale. *Stereotipul* este rezultatul imitaţiei şi învăţării. El poate deveni o barieră în calea *comunicării*, întrucât influenţează *percepţia*.
Există *stereotip* dinamic sau *stereotip* fix. *Sterotipul* dinamic este un sistem de reflexe condiţionate, care se formează datorită repetării în aceeaşi succesiune a condiţiilor din mediul înconjurător. Mersul, şofatul, scrisul sunt exemple de *stereotip* dinamic. *fig.* Care se repetă în aceleaşi condiţii, care este mereu la fel, neschimbat, obişnuit, banal; banalizat prin repetare. *sin.* model, clişeu. Stereotipia generează stări conflictuale. (A.T.)

Status quo – Provine din limba latină care înseamnă o stare curentă sau o stare de fapt manifestată într-o afacere de stat. Pentru a menține *status quo*-ul trebuie să se mențină această stare. Conceptul s-a folosit inițial în lumea diplomației – *status quo ante bellum*, care înseamnă «așa cum a fost înainte de război» și se referă la retragerea trupelor inamice, restaurarea puterii și conducerii anterioare stării de război. (A.T.)

Stil de conducere – Complex comportamental, profil caracteristic activității unei persoane aflate într-o poziție de conducere a unui grup, organizație, colectivitate. Termenul s-a dezvoltat în legătură cu conducerea directă a grupului. Au fost identificate următoarele *stiluri de conducere*: autoritar (autocrat), participativ (democratic) și „laissez-faire" (a-i lăsa pe oameni să facă ce vor).

Managerii care conduc autoritar iau deciziile fără nici o consultare cu echipa. Acest stil de conducere este utilizat în situațiile în care timpul și banii sunt prioritare.

Managerii care adoptă stilul de conducere participativ implică angajații (individual sau în echipă) în luarea decizie, stabilirea strategiei de dezvoltare, alegerea obiectivelor, prioritizarea și realizarea activităților.

În cazul stilului „laissez-faire", managerii acordă angajaților libertatea totală de a presta munca, așa cum cred aceștia că este în beneficiul organizației respective. Specialiștii concluzionează că nu există un stil de conducere ideal, că varianta recomandabilă este adaptarea permanentă la cerințele mediului și la resursele disponibile, prin abordarea unui stil combinat. (A.T.)

Stil de negociere – Complex comportamental, profil caracteristic, specific unei persoane sau echipe în cadrul negocierii (vezi și *Stilul de negociere - s.n.- centrat pe obiectiv, s.n. centrat pe persoană, s.n. războinic, s.n. colaborativ, s.n. înclinat spre compromis*).

Remarcăm și influența culturală în conturarea *stilurilor de negociere* delimitate după criteriul particularităților naționale, regionale sau continentale (v. *s.n. african; s.n. american; s.n. arab; s.n. chinez; s.n. englez; s.n. francez; s.n. german, s.n. indian; s.n. japonez; s.n. mediteranean.*). *(E.B.)*

Stil de negociere centrat pe obiectiv – Stil în care *negociatorul* este puternic orientat pe atingerea obiectivului. (E.B.)

Stil de negociere centrat pe persoană – Stil în care *negociatorul* este interesat în cel mai înalt grad de bunăstarea celui cu care negociază, neglijând de multe ori, îngrijorător, obiectivele pe care le are de îndeplinit. (E.B.)

Stil de negociere războinic – Stil în care *negociatorul* este interesat doar de atingerea obiectivului, pe care îl va urmări cu insistență, chiar la limitele moralității. Preocupat doar de obținerea beneficiilor maxime, *negociatorul* folosește tehnici războinice, dure. (E.B.)

Stil de negociere colaborativ – Stil în care *negociatorul* dezvăluie mult din intențiile sale în faza de deschidere, iar apoi urmărește derularea unei *negocieri* creative. (E.B.)

Stil de negociere înclinat spre compromis – Stil în care *negociatorul* caută mereu compromisul pentru atingerea acordului. (E.B.)

Stil de negociere african – Stil caracterizat prin: ritmul lent de luare a *deciziilor*, la care adesea se revine; insistența pentru un tratament de la egal la egal; necunoașterea deplină a propriilor interese; importanța redusă acordată timpului, care pentru această cultură este flexibil, nu rigid și segmentat precum în alte culturi. (E.B.)

Stil de negociere american – Stil caracterizat prin preocuparea pentru atingerea obiectivelor, respect față de performanță, grad înalt de încredere în valoarea și forțele proprii, deplasare rapidă spre faza negocierii ofertelor – cunoscută sub denumirea de abordare verticală. (E.B.)

Stilul de negociere arab – Stil surprinzător, îndeosebi prin manifestările non-verbale, caracterizat prin evitarea confruntărilor directe și a clarificărilor, respect față de partener, accent pus pe statutul social. În țările arabe, femeile sunt excluse de la *negocieri*. (E.B.)

Stil de negociere chinez – Stil caracterizat prin suspiciune față de vestici; reținere față de partenerii tineri și femei; importanța capitală acordată prețului; temporizare; fragmentare, ritm lent și greoi în luarea *deciziilor* supuse analizei colective; dimensiunea considerabilă a echipei de *negociere*, formată dintr-un număr mare de experți, care caută să-și păstreze reputația, deoarece aceasta reprezintă elementul cel mai important pentru chinezi. (E.B.)

Stil de negociere englez – Stil marcat de atitudini şi comportamente convenţionale, formalizate; *negociatorii* manifestă o mare doză de naţionalism, sunt pregătiţi în mod special în şcoli şi deţin o clasă superioară; manifestă umor în *negocieri*, dar nu-şi dezvăluie emoţiile şi recurg frecvent la critici faţă de instituţiile unde lucrează şi faţă de condiţiile de lucru. (E.B.)

Stil de negociere francez – Stil de negociere caracterizat prin insistenţa pentru utilizarea limbii proprii, fermitate şi un mod orizontal de abordare a problematicii *negocierii*, gradat - stabilirea unui acord preliminar, apoi a unui acord de principiu şi în cele din urmă a acordului final. (E.B.)

Stil de negociere german – Stil caracterizat prin: identificarea exactă, precisă a obiectivului; pregătirea conştiincioasă şi temeinică a ofertelor ce acoperă cvasitotalitatea aspectelor *negocierii*, prezentate în faza de început; flexibilitate şi tendinţă spre compromis reduse. (E.B.)

Stilul de negociere indian – Stil conciliant, de tipul câştigător – câştigător (win-win), caracterizat prin faptul că raţionamentele nu au întotdeauna un caracter logic, fiind adesea izvorâte din instinct, marcat de încredere faţă de partener, răbdare şi de păstrarea sângelui rece. (E.B.)

Stilul de negociere japonez – Stil sobru, caracterizat prin faptul că nu se negociază niciodată cu cărţile pe faţă, bazat pe o pregătire minuţioasă şi prelucrarea unei multitudini de *informaţii*, marcat de un înalt grad de planificare, dar care surprinde adesea prin originalitatea soluţiilor, lipsit de glume şi ironii. Femeile sunt aproape excluse, iar *negociatorii*, deşi cunosc bine limba engleză, solicită translatori. (E.B.)

Stil de negociere mediteranean – Stil caracterizat prin căldură, manifestări exuberante şi gesturi ample; *negociatorii* dovedesc flexibilitate, le place să se tocmească, alunecă uşor de la subiect, manifestă un optimism nedisimulat şi acordă mare importanţă activităţilor de protocol. (E.B.)

Stilistica – Este considerată, de unii cercetători, o *retorică* în haine noi, moderne. Succesorul lui F. de Saussure la catedra de lingvistică generală a Universităţii din Geneva, Ch. Bally, definea astfel obiectul acestei discipline: studierea expresiilor *limbajului* din

punct de vedere al conținutului lor afectiv adică, evidențierea sensibilității prin *limbaj* și reciproc. Tot el, în «Tratatul de stilistică franceză» (a cărui primă ediție a fost publicată în 1902, iar ediția a IV-a, în 1963), considera că se poate vorbi de trei feluri de stilistică indiferent ce mijloace de exprimare vom căuta în mecanismul *limbii* în general sau într-o *limbă* particulară sau, în fine, în sistemul de exprimare a unui individ (luat) izolat.

Genurile literare care pot fi analizate de *stilistică* sunt:

- *liric* (expresie vie a sentimentelor): elegia, cântecul, balada, sonetul;
- *epic* (povestire): aventuri, eroică;
- *dramatic* : drama;
- *didactic*, în versuri: fabula, satira, epigrama și în proză: filosofie, critică;
- *oratoric*: discursuri;
- *istoric:* anale, cronici, memorii;
- *romanesc:* romanul de aventuri, pastoral, de analiză, nuvele, povestirea.

Anticii distingeau trei stiluri (tonuri): simplu, temperat și sublim. Au rămas celebre aforisme ca: „Discursul este fizionomia sufletului" (Seneca); „Acesta este caracterul, acesta stilul" (Platon) sau, în timpurile moderne: „Stilul este omul" (Buffon). Câte o nouă concepție despre limbă și stil au lansat în ordine: romantismul, iluminismul, lingvistica sau neoretorica. Majoritatea școlilor principale de gândire filosofică și-au format un anume tip de *stilistică*. Vezi și *Stilistica funcțională, Stilistica idealistă, Stilistica materialistă, Stilistica structurală*. (E.D.)

Stilistica funcțională – Concepe *limba* ca un sistem, adică un ansamblu de *semne* ale căror valori decurg din relațiile lor reciproce cu structurile. Forma structurilor determină funcția lor și reciproc. Se pot distinge trei funcții plecând de la pronumele personale:

- *eu, noi* - funcția expresivă;
- *tu, voi* - funcția impresivă;
- *el, ea*- funcția noțională.
  ei, ele

După natura și funcțiile *comunicării* au fost precizate, analog, trei stiluri:

a) direct: locuitor (eu, noi) - se caracterizează prin virtualitatea expresiei și exprimarea de judecăți, sentimente;

b) indirect: interlocutor (tu, voi) - are aceleași caracteristici ca stilul direct;

c) indirect liber: a treia persoană (el, ea, ei, ele) - raportează un enunț în absența persoanei. (E.D.)

Stilistica idealistă – Ramură a *stilisticii*. Leo Spitzer, influențat de Karl Vossler a realizat o critică fondată pe studiul caracteristicilor stilistice ale operei. Făcând critica raționalismului analitic, principalul reprezentant al acestui tip de *stilistică* își definește metoda sa astfel: **a.** critica este iminentă operei (influența lui B. Croce și H. Bergson) instalându-se în centrul acesteia; **b.** întreaga operă este un tot (în centrul căreia se găsește spiritul creatorului și care constituie principiul coeziunii interne a operei; circumstanțele materiale sunt neglijate; **c.** fiecare detaliu trebuie să ne permită pătrunderea în centrul operei privită ca lucru mental; **d.** penetrația nu se realizează decât prin intuiție și simpatie; criteriile de analiză sunt abstracții existente (apriorice) opera, astfel reconstruită este integrată într-un ansamblu; **e.** acest studiu este stilistic, el își are punctul de plecare într-un tratat de *limbă*. *Limba* este reflectarea personalității autorului și rămâne inseparabilă de toate mijloacele de expresie de care se dispune; **f.** trăsătura caracteristică decelată este o deviație stilistică; **g.** *stilistica* trebuie să fie o critică simpatetică.
În jurul *stilisticii* literare *idealiste*, definite de L. Spitzer s-au fondat ulterior veritabile școli; una dintre ele, cunoscută sub numele de „Noua stilistică" sau „Criticismul stilistic" a suscitat, mai ales în SUA un mare număr de studii elaborate de cercetători ca: Damaso și Amado Alonso, Spoerri, Hatzfeld. Henri Marier a lansat în 1959, „Psihologia stilurilor", ulterior, Gustave Guillaume – „Psihosistematica". (E.D.)

Stilistica materialistă – Postulează următoarele principii: **a.** coeziunea internă a operei este dată de modalitatea structurării sale și de autenticitatea ideilor creatorului, obiectiv determinate; **b.** penetrația în substanța de idei se realizează prin analiză, comparație și sinteză, printr-o critică principială la obiect și nu la autor; **c.** critica este determinată de operă (de autorul acesteia) și de cel care o întreprinde (autorul criticii), determinați de contextul (mediu) social în care acționează; **d.** *stilistica* trebuie să realizeze o critică nepărtinitoare, de pe poziții neutre, având primatul obiectivității. (E.D.)

Stilistica structurală – Curent actual al *stilisticii*, care concepe valoarea unui *semn* ca depinzând, evident, de poziția sa în cadrul sistemului, definit de cele două structuri: *cod* și *mesaj* (reuniune de *coduri*, adevărate câmpuri stilistice, spații de atribute). (E.D.)

Strategie adaptivă – Strategie caracterizată prin aceea că accentul este pus pe reorientarea acţiunilor proprii, în funcţie de mişcările adversarului, fără a exclude acţiunile ofensive. (E.B.)

Strategie a deciziei rapide – Strategie specifică *negocierii* comerciale, adoptată în special de vânzător, care constă în contractarea urgentă a mărfii, atunci când aşteptarea nu ar duce la nici un beneficiu. (E.B.)

Strategie aferentă negocierii lungi – Strategie prin care se urmăreşte amânarea cât mai mult posibil a momentului încheierii acordului, prin utilizarea unor manevre ca: adresarea unor cereri repetate de reformulare a unor argumente, introducerea pe scară largă a unor obiecţii false, întreruperi din diverse motive, divagaţii etc. (E.B.)

Strategie aferentă negocierii scurte – Strategie care urmăreşte încheierea acordului într-un timp cât mai scurt, prin: acţiuni de întârziere a momentului *negocierii* pentru a-l apropia de o dată limită, stabilirea unei date de desfăşurare în aşa fel încât partenerul să fie presat sau grevat de constrângeri, stabilirea unei limite de desfăşurare a *negocierilor*. (E.B.)

Strategie cooperantă – Strategie care urmăreşte realizarea unui un echilibru între avantaje şi concesii, prin identificarea intereselor comune, pentru a mări plaja de opţiuni, cu scopul de a ajunge la un acord reciproc avantajos. În acest caz nu poate fi vorba despre mijloace de presiune sau agresive, iar *conflictele* sunt evitate. Partenerul este ascultat cu atenţie, tratat cu respect, i se cer scuze şi i se dă dreptate, atunci când are. (E.B.)

Strategie conflictuală – Strategie în care se caută să se obţină avantaje, fără a se face concesii în schimbul lor. Comportamentele protagoniştilor pot fi caracterizate ca fiind dure, izvorâte dintr-un dezechilibru major de forţe. În acest tip de strategie este esenţial să se sesizeze natura şi tipul *conflictului*: conflict de credinţe/ preferinţe, generat de diferenţe de ordin cultural şi perceptual; *conflict de interese*, generat pe baze materiale şi financiare; conflict de mijloace, generat de căile, metodele şi mijloacele folosite pentru atingerea obiectivului, considerate de neaccceptat de către partener. (E.B.)

Strategie de aşteptare – Strategie specifică *negocierii* comerciale, adoptată în special de cumpărător,

care constă în amânarea încheierii acordului, recomandabilă de aplicat atunci când condițiile de încheiere a unui contract pot fi îmbunătățite prin *negociere* și prin trecerea timpului. (E.B.)

Strategie defensivă – Strategie caracterizată prin faptul că *negociatorul* așteaptă acțiunea partenerului pentru a răspunde. Predomină comportamentul de eschivare și apărare în fața demersurilor părții adverse. (E.B.)

Strategie de impunere – Strategie asemănătoare celei ofensive, care diferă prin faptul că accentul este pus pe impunerea propriului punct de vedere și nu pe caracterul ofensiv. (E.B.)

Strategie de negociere – Ansamblu de măsuri și de decizii luate în timp pentru a ajunge la un acord, ca răspuns la factorii contextuali și la abordările strategice ale partenerului; *sin.* cale de urmat; viziune generală asupra modului de abordare a *negocierii*.
Strategia de negociere are rolul:
- de a orienta demersurile și comportamentul *negociatorului* pe parcursul tratativelor. Ca urmare ea reprezintă mai degrabă un set de opțiuni generale cu privire la abordarea partenerului și modul de comportare și nu un plan amănunțit;
- de a contura soluții de repliere față de manifestările și acțiunile partenerului. Aceasta implică formularea de strategii alternative sau adaptarea strategiei pe parcursul *negocierilor*;
- de a identifica mijloacele concrete de acțiune. Prin urmare se va lua în calcul timpul, caracteristicile culturale ale partenerului, argumentarea, tacticile folosite. (E.B.)

Strategie directă – Strategie utilizată de partea ce are o putere mai mare de *negociere*, stăpânește situația și este sigură că va câștiga, ceea ce o face să se angajeze într-o bătălie scurtă și decisivă. La acest tip de strategie apelează cel care dispune de forțe materiale și financiare (M) superioare oponentului, circumstanțele (U) fiindu-i favorabile în condițiile în care forțele psihologice (U) sunt neglijabile iar timpul (T) nu contează. Vezi *Strategie – ecuație globală*. (E.B.)

Strategie – ecuație globală – Formulă de principiu a unui plan strategic (S), dezvoltată din perspectiva teoriei militare (cf. André Beaufre, general francez, în lucrarea sa „Introduction a la strategie"):

$S = U \times M \times P \times T$, în care:
U – factor de situație sau influența de conjunctură;
M – forțele materiale și financiare implicate în conflict și aflate în interacțiune;
P – forțele psihologice disponibile;
T – factorul timp. (E.B.)

Strategie indirectă – Strategie de *negociere* preferată de cel aflat într-o situație nefavorabilă sau cu o putere de negociere mai mică decât oponentul său, care presupune apelul la mijloace psihologice, soluții de uzură, diverse trucuri. Strategiile indirecte sunt preferate atunci când greutatea specifică a factorilor psihologici (P) este preponderentă, circumstanțele (U) favorabile iar forțele materiale și financiare (M) sunt neglijabile. Factorul timp T are importanță pentru că părțile se angajează într-o confruntare de uzură, de lungă durată. (E.B.)

Strategie ofensivă – Strategie caracterizată prin intervenția activă a *negociatorului* în procesul de desfășurare a *negocierilor*, care încearcă să-și impună punctul său de vedere. El poate opta pentru abordarea directă, fără acțiuni pregătitoare ori întârzieri sau pentru abordarea indirectă, caracterizată prin mișcări mai puțin vizibile, dar care sunt atent calculate și se înscriu într-o conduită ofensivă în ciuda aparențelor. (E.B.)

Strategie win-win (câștig-câștig) – Strategie de bază în cadrul *negocierii*, ce presupune câștig de ambele părți; obiectivul explicit este munca în parteneriat, în comun pentru a ajunge la un acord sau la compromisuri avantajoase pentru ambele părți, aceasta în cazul în care părțile sunt dispuse să facă compromisuri. Prin atmosfera cooperantă, se pun bazele unui parteneriat de succes pentru viitor. (E.B.)

Strategie win-lose (câștig-pierdere) – Strategie care urmărește obținerea mai multor avantaje față de adversar, ajungându-se la situația în care o parte își realizează toate obiectivele, iar adversarul nu realizează nimic. Această strategie se poate aplica doar în anumite condiții (cum ar fi superioritatea absolută față de adversar), un factor important fiind raportul de putere între părți. Dezavantajul acestei strategii este acela că succesele obținute pe termen scurt se pot transforma pe termen lung în relații de afaceri negative. (E.B.)

Structură comunicațională – Ansamblul mijloacelor care per-

mit efectuarea *comunicării* între membrii unui grup (Claude Flamand). (E.D.)

Subiectivitate – Însuşirea de a fi subiectiv. Atitudine subiectivă, părtinitoare faţă de cineva sau de ceva; subiectivism. (A.T.).

Sufragetă – Termen apărut în Anglia şi SUA, în anii 1900, în urma mişcărilor publice de protest organizate aici cu scopul obţinerii dreptului de vot. **1.** Aderentă a mişcării feministe, al cărui scop era obţinerea de drepturi politice, în primul rând de a vota (*etim. de la*: sufragiu); **2.** *prin extindere:* luptătoare pentru emanciparea femeilor. Vezi Feminism (teorii feministe). (A.T.)

Sursele conflictului – Practica indică faptul că situaţiile conflictuale sunt extrem de răspândite, la rândul lor motivele generatoare fiind extrem de diverse. Identificarea motivului unui *conflict* conduce la uşurarea rezolvării şi, implicit, la stingerea *conflictului*. *Sursele conflictului* din organizaţii sunt: accesul la resurse limitate, incompatibilităţile de personalitate, temperament şi stil de muncă; erorile de interpretare, deosebirile de valori şi convingeri, deosebirile de interese, stările emoţionale şi sentimentele.

Tactică de negociere – Parte a strategiei care cuprinde mijloacele şi formele de acţiune utilizabile într-o situaţie de negociere dată, pentru realizarea obiectivelor propuse. În timp ce strategia reprezintă un întreg concept, tactica reprezintă o activitate planificată îmbinată cu un comportament abil pentru atingerea fiecărui obiectiv. Spre deosebire de strategie, care reprezintă viziunea generală ce orientează demersurile şi comportamentele părţilor, tactica este de fapt o metodă de rezolvare a unei anumite sarcini şi are un puternic aspect contextual. Sunt rare cazurile în care este suficientă adoptarea unei singure tactici. Ca urmare, tactica este mai puţin stabilă decât strategia şi are ataşat un orizont de timp mai scurt. Elementele care sunt abordate în cadrul tacticii se referă la ordinea subiectelor, punctele vulnerabile, direcţia şi intensitatea presiunii, argumentele şi contraargumentele, timpul disponibil, strategia adoptată. Multitudinea de situaţii generează, în mod firesc, un mare număr de tactici de *negociere*, care doar enumerate ocupă un spaţiu considerabil (268 pagini după Karras). Vezi şi cele 46 tactici de negociere de mai jos. (E.B.)

Tactica de negociere – „Întrebări, întrebări, întrebări" – Tactică de *negociere* care constă în arta de a formula întrebări, în a şti cum şi ce să spui; ce şi cum să nu spui. Prin întrebări bine formulate, se poate prelua oricând iniţiativa. Se pot verifica şi clarifica afirmaţiile adversarului. Prin întrebări la care cunoaştem deja răspunsul, putem verifica dacă anumite suspiciuni cu privire la atitudinea adversarului sunt întemeiate.

Există o înlănţuire logică în exercitarea acestei tactici ofensive, iar întrebările pot fi folosite într-o suită restrânsă sau amplificată în funcţie de specificul fiecărei negocieri.

În general cel care întreabă conduce şi orice întrebare are caracterul unei cereri, în timp ce răspunsul este mai degrabă o concesie.

Întrebările pot fi de multe feluri.

Întrebările de genul „mai bine întreabă!" sunt utilizate atunci când observăm anumite necon-

cordanțe și contradicții între afirmațiile partenerului. În loc să dăm totul pe față, putem să ne arătăm doar nelămuriți, întrebând cam așa: „Nu vă supărați, dar nu am înțeles bine. N-ați putea să-mi mai spuneți odată, explicându-mi cum ați ajuns aici?". Uneori, atunci când există dubii asupra capacității de decizie a partenerului, problema poate fi clarificată printr-o întrebare de genul: „Să-mi permit să presupun că dv. nu sunteți investit cu întreaga autoritate necesară pentru rezolvarea acestei probleme?". Adesea, chiar în momentul încheierii acordului, partenerul poate apela la tactica de a cere ultima concesie. Lucrul acesta ar putea să ne revolte, dar tot răul poate fi evitat cu o întrebare de genul: „Sugerați cumva redeschiderea negocierilor?" Dacă răspunde negativ, ceea ce rămâne de făcut este respectarea termenilor acordului deja negociat. Dacă răspunsul este pozitiv, i se va cere o altă concesie, la schimb.

Întrebările de testare urmăresc descoperirea punctelor slabe, în scopul lansării unui atac major: „Vă rugăm să ne explicați cum ați ajuns la majorarea prețurilor practicate între noi până în prezent."

De regulă, oponentul încearcă să răspundă printr-o contra-întrebare. „Regretăm că o asemenea majorare vă preocupă atât de mult. Rațiunea economică majoră a fost fundamentată în scrisoarea noastră, ce v-a fost expediată. Desigur, dacă doriți vă putem da explicații suplimentare, dar în fond ce vă deranjează așa de mult?". De fapt, ofertantul speră să-l determine pe cumpărător să-și dezvăluie mai mult intențiile. Jocul întrebărilor și contra-întrebărilor se poate amplifica, în final inițiativa va aparține celui mai bine pregătit. După epuizarea forței întrebărilor de testare, urmează întrebările specifice, la care răspunsul nu poate fi evitat. „Ce indici ați utilizat pentru materiale, energie și salarii în escaladarea prețului?"

După primirea răspunsurilor la întrebările specifice se trece la întrebări de atac a căror forță rezidă în cunoaștere, în informare și documentare. Revenind la exemplu: „Nu știți că acești indici sunt nereprezentativi? Cunoașteți că firma *x* oferă același produs la prețul practicat de noi în prezent, fiind chiar dispusă pentru o anumită reducere?".

Întrebările insinuante au rolul de a face supoziții și ipoteze neplăcute și periculoase pentru partener, dar într-o formă voalată: „De ce o fi costând așa mult materialul *x*?".

Întrebările încuietoare sunt puse direct, pentru a forța o decizie sau

chiar pentru a forța sistarea negocierilor: „Acceptați sau renunțați? Aceasta este oferta finală?".

Întrebările de tipul da sau nu au o notă cazonă și se folosesc rar, deoarece exclud posibilitățile de manevră. Sunt însă segmente ale negocierilor care necesită o clarificare precisă a poziției oponentului. „Atunci, acesta este ultimul dvs. preț?"

În procesul negocierilor, adesea sunt utilizate și întrebări de protocol, menite să dezamorseze tensiunea de început sau unele conflicte de pe parcurs: „Ați călătorit bine? Cum vă simțiți?". Tot prin întrebări protocolare, se poate stimula și menține tonusul psihic al partenerului: „Cum reușiți întotdeauna să fiți primul care observă cele mai mici detalii?"

Prin întrebări politicoase, se poate evita sau amâna un răspuns direct într-o chestiune delicată: „Îmi permiteți, vă rog, să răspund mai târziu la această problemă?" sau se poate tergiversa, amâna și câștiga timp pentru construirea propriei argumentații: „N-am putea relua, punct cu punct, tot ceea ce am convenit deja?"

Întrebările directoare pot orienta discuția în sensul dorit: „Deoarece până acum suntem de acord, credeți că putem discuta punctul următor?"

Întrebările capcană au rolul de a stabili dacă partenerul spune adevărul: „N-a rămas așa cum am vorbit cu colegul dvs.? Ați hotărât altceva?"

Prin întrebări expozeu, se poate orienta și stimula gândirea adversarului în direcția vizată de argumentația noastră: „V-ați gândit cumva să schimbați ambalajul de prezentare?"

Întrebările retorice pot fi folosite nu atât pentru obținerea de răspunsuri, cât pentru efectul lor de argument cu încărcătură emoțională: „Superioritatea produsului nostru este evidentă, nu-i așa? Ați mai văzut vreunul similar?"

Dacă sunt mânuite abil, prin întrebări de zgândărire a orgoliului și curiozității se poate obține rezultatul scontat mult mai repede: „Știu că vă pricepeți foarte bine la aceasta, de aceea spuneți-mi, vă rog care ar fi avantajul meu". (E.B.)

Tactica de negociere – „Exercitarea de presiuni" – Tactică de *negociere* bazată pe practici necinstite, prin care se recurge la presiuni în forme variate: flatare, constrângere, corupție, șantaj.

Flatare (măgulirea, satisfacerea în orgoliul propriu) este mai puțin eficientă și se aplică îndeosebi în negocierile cu tineri. Se au în vedere persoanele a căror orgoliu

este invers proporțional cu experiența.

Constrângerea este o practică opusă flatării, dar se îndreaptă tot asupra negociatorilor tineri. Se reflectă în amenințări diverse ca: pierderea termenului de livrare, scăderea volumului afacerilor, pierderi în perspectivă etc. Poate îmbrăca și forma amenințării, pentru a-l determina pe celălalt să facă sau să întreprindă un anumit lucru.

Corupția este o tactică dificilă, prin excelență necinstită, la care se recurge numai dacă cel vizat manifestă lăcomie personală și necinste. Un negociator experimentat simte acest lucru. Corupția sau mituirea este o tactică neetică și este favorizată atunci când negocierile sunt purtate prin intermediari și mandatari insuficient motivați pentru partea ce o reprezintă.

Există o diferență majoră între protocol și cadou, pe de o parte și mită, pe de altă parte. Există însă și asemănări, chiar periculoase. Rolul protocolului și cadoului oferit clientului sau partenerului de negocieri este acela de a amorsa o atitudine psihologică și un comportament favorabil celui care oferă. Micile atenții plasate pe masa tratativelor (pixuri, brelocuri, agende, cafele, băuturi etc.) sunt, până la un anumit nivel, absolut firești și au rolul de a crea o ambianță favorabilă negocierilor. Uzanțele diplomatice ale unor state limitează protocolul și atenția, la cel mult un prânz (sau dineu) acceptat pe cheltuiala gazdei. S-a constatat că, atunci când „atențiile" depășesc un anumit prag valoric, ele trezesc suspiciunea de mituire și riscă să nu mai fie acceptate. Sunt prea mari pentru a trece drept cadouri, dar încă prea mici pentru a deveni mită. Adevărata mituire începe de la pragul valoric peste care „atenția" reîncepe să fie acceptată. Pragul depinde de demnitatea, onestitatea, averea, lăcomia și gradul de risc la care de pretează negociatorul. Din acest punct de vedere, prudența poate lua în considerare și faptul că orice negociator are prețul lui. Nu se va compromite pentru mai puțin decât acest preț. Relațiile de afaceri stabile pe termen lung pot fi compromise prin mită și pot fi favorizate prin cadouri mari. Diferența dintre cadou și mită rămâne una psihologică și strategică. Legea rămâne neputincioasă atâta timp cât dai și primești într-un cadru strict confidențial.

Șantajul este cea mai necinstită practică, la care recurg negociatorii cu serioase fisuri morale. Se

aplică mai ales împotriva conducătorilor echipei oponente. Sunt diferite procedee de şantaj, care merg de la ameninţări la retrogradare sau destituire a oponentului din funcţia pe care o deţine bazată pe relaţii personale şi până la ameninţarea cu dezvăluirea de fapte intime din viaţa oponentului. Cel mai bun răspuns este riposta cuvenită şi retragerea de la negocierile viciate. Şantajul este un gen de terorism în afaceri. Poate fi o practică uzuală dar nu şi etică. (E.B.)

Tactica de negociere – „Ostaticul" – Tactică de negociere prin care se utilizează un document, o situaţie, un bun, o sumă de bani sau orice altceva suficient de important, denumite generic ostatec, pentru a forţa mâna adversarului cu scopul creşterii puterii de negociere. Ostaticul este „capturat" şi ţinut „captiv", până când adversarul plăteşte o „recompensă", sau face o concesie de genul celor pe care nu le-ar fi făcut în condiţii normale. Recompensa sau concesia pot fi foarte mari, dar nu există alternative. Sume de bani plătite în avans, livrări în avans, ori produse cumpărate aparent convenabil, dar fără piese de schimb sau „consumabile" pot fi „ostatici" eficienţi. Ostaticul poate fi şi situaţia ca atare: de ex. o instalaţie complexă care nu funcţionează din lipsa unei piese şi o uzină întreagă îşi încetează activitatea. Nu poţi refuza oferta furnizorului, oricât ţi-ar cere. (E.B.)

Tactica de negociere – „Comportarea arbitrară" – Tactică de negociere specifică negociatorului mândru, sigur pe sine, care nu ia în seamă argumentele raţionale şi mizează pe faptul că oponentul se va comporta în mod raţional. Este cazul unui negociator care se află într-o situaţie privilegiată, dar şi cu fisuri morale. Când ambii parteneri adoptă comportamente arbitrare, negocierile sunt sortite eşecului. (E.B.)

Tactica de negociere – „Iritarea oponentului" – Tactică de negociere subtilă, folosită de negociatorul incorect, care face propuneri iritante, ilogice urmărind în mod deliberat să provoace supărarea oponentului şi în final iritarea lui. Tactica este eficientă faţă de un partener predispus la iritare. Când îşi atinge scopul, iritarea dezechilibrează gândirea celui afectat, îl împinge la pripeală, la dezvăluirea de secrete comerciale care duc la pierderi.

Ca excepţie, atunci când negociem cu un partener dificil, neprincipial

şi dezagreabil, dispus să se angajeze inutil în tratative dure şi prelungite, se recomandă folosirea unor tertipuri şi tactici de stresare şi tracasare. În cadrul acestora se urmăreşte slăbirea rezistenţei fizice şi psihice a adversarului, pentru a bloca o argumentaţie insistentă şi vicioasă. Pot fi folosite fel de fel de manevre laterale care, deşi nu sunt, în mod direct, ofensatoare şi umilitoare, au rolul de a sâcâi şi deranja adversarul, punându-l în situaţia de a grăbi finalul negocierilor. Partenerul poate fi purtat insistent prin oraş, pe la depozitele firmei ori secţiile de producţie. De asemenea, la locul cazării, se poate crea o atmosferă care să-l împiedice să se odihnească. Disconfortul continuă şi la masa tratativelor (este aşezat cu ochii în soare sau o altă sursă de lumină; pe un scaun care scârţâie sau cu spatele la o uşă care se deschide foarte des; în apropierea unei surse de căldură sau de aer rece etc.). Când oponentul nostru foloseşte astfel de tactici, iar noi le identificăm la timp, devin mai uşor de neutralizat sau de suportat. (E.B.)

Tactica de negociere – „Acceptarea aparentă" – Tactică de negociere prin care negociatorul pare că acceptă toate sau o bună parte din propunerile partenerului pentru a ajunge la depistarea modului de gândire a acestuia, dar de fapt păstrează „rezerve nevinovate", care să-i permită apoi retractarea consimţământului. (E.B.)

Tactica de negociere – „Propunerea contrariilor" – Tactică de negociere prin care se şicanează, oboseşte şi irită partenerul, care este contrazis tot timpul. Mai poate fi vorba şi despre negociatori atât de suspicioşi, încât ca replică de prudenţă propun contrariul, chiar dacă pare ilogic. Metoda de contracarare a acestei tactici este avansarea de propuneri ilogice şi nepăgubitoare pe care partenerul suspicios le va face logice prin inversare. (E.B.)

Tactica de negociere – „Piciorul-în-prag" – Tactică care se bazează pe faptul că cel care ţi-a făcut deja o favoare este dispus să-ţi mai facă una, mai mult decât cel care îţi este obligat (dator). Deci, pentru a determina pe cineva să facă o concesie majoră, mai întâi, pui piciorul în prag, ca uşa să rămână întredeschisă. Ceri ceva nesemnificativ, dar de aceiaşi natură şi greu de refuzat. Abia după asta, formulezi cererea reală, avută de la început în vedere.

Inițial s-a numit efectul Franklin, după numele celebrului Benjamin Franklin. (E.B.)

Tactica de negociere – „Trântitul ușii în nas" – Tactică care constă în a cere mai întâi o favoare mult mai importantă, dar de aceeași natură și de a reveni după refuz, când ni s-a trântit ușa în nas, cu solicitarea avută în vedere de la început cu scopul de a crește șansele de a obține ceea ce se dorește. Este cunoscută și sub numele tehnica „retragerii după refuz". (E.B.)

Tactica de negociere – „Băiat bun-băiat rău" – Tactică care constă în derularea negocierilor pe baza unui scenariu în care se alternează negociatorii (unul dur-„rău" este urmat de altul mai concesiv-„bun" și tot așa) cu scopul de a obține cât mai mult de la oponent. (E.B.)

Tactica de negociere – „Abținerea" – Tactică folosită atunci când se negociază tranzacții generatoare de mari beneficii cu înfruntarea riscurilor posibile, care constă în folosirea de negociatori experimentați și bine informați, care își calculează cu grijă etapele de evoluție a discuțiilor, își dozează în mod rațional intervențiile, argumentele, dezvăluirile și se abțin de la orice afirmație sau acțiune pripită. (E.B.)

Tactica de negociere – „Limitarea" – Tactică care constă în limitarea timpului pentru desfășurarea negocierilor în funcție de complexitatea problemelor întrevăzute, ceea ce disciplinează dezbaterile și exercită presiune asupra oponentului, care se vede tot timpul amenințat de depășirea timpului convenit. (E.B.)

Tactica de negociere – „Amânarea" – Tactică de negociere prin care se urmărește întârzierea acordului final prin recapitularea și desprinderea de concluzii intermediare; consemnarea în scris a tot ceea ce s-a convenit deja; amânarea pentru o dată ulterioară a problemelor înscrise pe agenda de lucru; invocarea lipsei unor documente, starea sănătății cuiva, plecarea în concedii, nevoia unor deplasări urgente etc. (E.B.)

Tactica de negociere – „Simulează alternative" – Tactică de derutare a partenerului, căruia i se prezintă la masa tratativelor o multitudine de posibilități de încheiere a tranzacției în condiții superioare celor oferite de oponent și constă în utilizarea a tot felul de aranjamente de complezență cu firme de reputație necunoscută sau cu firme fictive; oferte de prețuri ireale;

condiţii de plată preferenţiale; plasament imediat, etc. Se utilizează pe scară largă, contându-se pe efectul psihologic al fricii de pierdere a afacerii.

Cel care foloseşte o astfel de tactică se străduieşte să lase impresia că este bine documentat, că întreţine o vastă reţea de afaceri şi că poate cu uşurinţă să părăsească negocierile în cauză. (E.B.)

Tactica de negociere – „Momeşte cu prima ofertă!" – Tactică care se bazează pe utilizarea în prima fază a unei oferte, în general de preţ, atrăgătoare pentru a elimina concurenţa şi a motiva partenerul în derularea tranzacţiei. Odată ce se obţine acest lucru, se găseşte un motiv pentru a modifica oferta iniţială. Apoi începe „târguiala" prin care se convinge partenerul să accepte noua ofertă, de regulă, mult mai modestă. Pe cât posibil, acesta este pus în situaţia de a nu prea avea de ales. (E.B.)

Tactica de negociere – „Parada statistică" – Tactică ce presupune asedierea şi bombardarea partenerului, în rafale epuizante, cu fel de fel de date statistice: studii, extrase din presă, prospecte, broşuri, oferte, cataloage, etc., care slujesc exclusiv propriului punct de vedere. Datele sunt reale şi provin din surse de încredere, dar sunt atent selectate, astfel încât realitatea apare trunchiată, dar nu şi trucată. Astfel se simulează o informare temeinică, slujind ambelor părţi, care în fapt se dovedeşte a fi doar în favoarea uneia; cealaltă, copleşită sau chiar jenată, va dori să termine totul cât mai repede şi va ceda uşor. În negocierile la nivel de experţi, această metodă nu are şanse de succes. (E.B.)

Tactica de negociere – „Falsa concurenţă" – Tactică de negociere care se bazează pe exercitarea de presiuni asupra partenerului direct, prin invocarea unor variante de negociere cu principalii săi concurenţi. În acest scop, partenerului direct îi sunt prezentate, de exemplu, oferte ferme sau facturi obţinute în condiţii particulare, pe baza unor false comenzi de probă, pe baza unor loturi mici rămase nevândute, pe baza unor tranzacţii făcute în scopul introducerii pe piaţă a unor produse similare sau, pur şi simplu, pe baza unor aranjamente făcute cu terţi furnizori potenţiali. Se simulează convorbiri telefonice şi schimburi de fax-uri, e-mail-uri cu concurenţii partenerului. Undeva, colegii din echipă „poartă" simul-

tan negocieri sterile în paralel cu negocierea principală. (E.B.)

Tactica de negociere – „Negocieri paralele" – Tactică de negociere care constă în angajarea de negocieri, fără intenția de a încheia un acord, cu un partener mai puțin important (B), cu scopul creșterii puterii de negociere față de un alt partener, mult mai important, (A). Partenerul al doilea, (B) servește ca falsă alternativă sau ca sursă de informație. (E.B.)

Tactica de negociere – „Surpriza" – Tactică care constă în schimbarea bruscă de atitudine pe parcursul negocierii, concretizată prin acordarea de concesii radicale impresionante care să grăbească încheierea afacerii sau prin înrăutățirea deliberată a condițiilor cu intenția de a nu încheia tranzacția în cauză. (E.B.)

Tactica de negociere – „Fii imprevizibil!" – Tactică de negociere ce constă în deturnarea bruscă și neașteptată a sensului discuțiilor, tăceri și întreruperi surprinzătoare, lansarea unor argumente și atu-uri neașteptate etc., prin care se urmărește năucirea și intimidarea continuă a adversarului, și slăbirea capacității lui de reacție. Ca orice tehnică, dă rezultate bune în fața negociatorilor neexperimentați sau insuficienți pregătiți, în fața celor puternici și cu o bogată experiență nefiind foarte eficientă. (E.B.)

Tactica de negociere – „Faptul împlinit" – Tactică ce se bazează pe faptul că ceea ce s-a făcut rămâne adesea bun făcut/împlinit: semnarea unui acord, livrarea de cantități peste cele convenite, acceptarea unui avans, câștigarea simpatiilor presei sau a opiniei publice. (E.B.)

Tactica de negociere – „Cunoaște așteptările!" – Tactică prin care se urmărește cunoașterea așteptărilor și testarea reacției partenerului de negociere. De regulă, anumite clauze și condiții sunt renegociate, în condițiile în care crește marja de manevră datorită aspectelor deconspirate de partener. (E.B.)

Tactica de negociere – „Pretinsa neînțelegere" – Tactică de negociere care constă în determinarea partenerului să repete de câteva ori propunerile, solicitând de fiecare dată, cât mai multe informații și explicații sub pretextul că nu s-a înțeles cu scopul de a-i depista punctele slabe. Este o tactică eficientă în negocierile în

care sunt antrenați mulți experți tehnici, care din mândrie profesională înclină să dea cât mai multe lămuriri, dezvăluind mai mult decât au intenționat. (E.B.)

Tactica de negociere – „Da, dar ..." – Tactică cu o mare doză de elasticitate care ascunde o multitudine de posibilități ce permit chiar retractarea celor deja convenite, răspunsul da, dar ... fiind susceptibil de cel puțin trei semnificații: una care înseamnă da; alta care înseamnă poate; alta care înseamnă nu. Ea oferă posibilitatea formulării opiniei proprii ca pe o continuare a ceea ce a spus partenerul și nu ca pe o contrazicere directă a opiniei acestuia. (E.B.)

Tactica de negociere – „Contraîntrebarea" – Tactică care constă în utilizarea în loc de răspuns a unei întrebări cu scopul evitării răspunsului la o întrebare dură, brutală formulată de cealaltă parte sau pentru a schimba direcția argumentării, urmărindu-se păstrarea inițiativei și punerea partenerului în defensivă ori în situația de a da din nou explicații. (E.B.)

Tactica de negociere – „Aceasta mă depășește" – Tactică care se bazează pe ideea conform căreia, negocierile pot fi derulate deschis, competent și fără riscuri, numai până la un anumit nivel/grad de profunzime, datorită faptului că negociatorul are un mandat limitat, iar în spatele său se află un personaj de un rang mai înalt, fără acordul sau intervenția căruia nu se pot face concesii mai mari. (E.B.)

Tactica de negociere – „Dacă ..., atunci ..." – Tactică de negociere care utilizează retorica și tehnica construcției verbale, materializată în formula „dacă ..., atunci ...", care introduce și combină două propoziții în care prima promite un avantaj, iar a doua cere o concesie a cărei concretizare pare aproape imposibilă, cu scopul convingerii partenerului sceptic ori excesiv de prudent. (E.B.)

Tactica de negociere – „Complimente și politețe" – Tactică care se bazează pe utilizarea de aprecieri și complimente la adresa partenerului, pornind de la premisa că unui om politicos și amabil este mai greu să-i refuzi o concesie. (E.B.)

Tactica de negociere – „Utilizează parafraza!" – Tactică care se bazează pe redarea în rezumat, cu propriile cuvinte, a ceea ce am înțeles din ceea ce a spus partenerul cu scopul obținerii unui

supliment de timp pentru gândirea și formularea răspunsului ori pentru a verifica dacă am înțeles corect, sporind șansa obținerii unor informații suplimentare. (E.B.)

Tactica de negociere – „Asocierea-disocierea" – Tactică care urmărește creșterea puterii de negociere fie prin asociere fie prin disociere. Se pot asocia firmele, vânzătorii, cumpărătorii, dar se pot asocia și grupa, unele cu altele, produsele sau comenzile pentru a exercita presiuni asupra partenerilor de afaceri ori calitățile unui produs sau serviciu cu imaginea de marcă bună, cu o experiență pozitivă sau cu o persoană importantă, puternică, frumoasă etc. După același principiu, puterea de negociere crește dacă se disociază/divid eforturile, alianțele sau echipa de negociere a celeilalte părți. (E.B.)

Tactica de negociere – „Confidența" – Tactică de negociere care pornind de la presupunerea că, confidențele atrag confidențe, urmărește apropierea de partener și câștigarea încrederii acestuia printr-o atitudine de maximă sinceritate care merge până la destăinuirea și încredințarea unor gânduri intime. Confidența este o tactica ce presupune anumite limite, de aceea trebuie să avem grijă ce mărturisim și cui mărturisim. (E.B.)

Tactică de negociere – „Amânarea discuțiilor" – Tactică de negociere prin care se aranjează în mod diplomatic o amânare a discuțiilor în scopul aprofundării analizei colective a nivelului atins sau în scopul obținerii de instrucțiuni suplimentare de la centrul coordonator. (E.B.)

Tactica de negociere – „Solicită o pauză!" – Tactică de negociere care constă în solicitarea de „time-out" pentru a evita un conflict și/ sau a depăși o situație dificilă. Poate fi vorba despre un partener iritat sau extrem de ofensiv, despre argumente surprinzătoare pentru care nu suntem pregătiți ori despre concesii inacceptabile. (E.B.)

Tactica de negociere – „Alternarea negociatorilor" – Tactică care constă în introducerea secvențială a mai multor negociatori, de cele mai multe sub pretextul strictei lor specializări (inginer, merceolog, jurist etc.) sau chiar schimbarea pe parcurs cu scopul demoralizării și obosirii partenerului. (E.B.)

Tactica de negociere – „Șuntarea verigii dificile" – Tactică prin care

se urmăreşte devierea discuţiilor pe o altă cale, cu scopul ocolirii „omului dificil", care poate împiedica realizarea acordului. Acesta poate avea o dominantă psihologică care nu ne convine, se poate situa pe o poziţie de forţă şi adversitate ori este un specialist extrem de bun în problema care ne interesează. (E.B.)

Tactica de negociere – „Obosirea partenerului" – Tactică care constă în prelungirea artificială a negocierilor în scopul obosirii oponentului ce îmbracă forme dintre cele mai camuflate: absenţa pauzelor de relaxare, prelungirea discuţiilor în orele de noapte, gesturi protocolare exagerate, adoptarea de poziţii neprincipiale, iritante etc. (E.B.)

Tactica de negociere – „Încrede-te în partener!" – Tactică care se bazează pe exprimarea deschisă faţă de partener a greutăţilor întâmpinate în satisfacerea unor cerinţe, utilizată de regulă în cazul unor raporturi bine cimentate, bazate pe experienţă îndelungată şi corectitudine din partea ambelor părţi. (E.B.)

Tactica de negociere – „Atrage un terţ!" – Tactică ce constă în apelul la o persoană (subfurnizor, specialist, autoritate cunoscută în materie etc.) care nu ia parte în mod direct la o negociere ce se dovedeşte a fi a complexă cu scopul de a ieşi din impas. (E.B.)

Tactica de negociere – „Pretenţiile exagerate" – Tactică care constă în introducerea în negocieri a unei game largi de pretenţii, care depăşesc proporţiile realităţii, susceptibile de a fi retrase în contextul general al concesiilor reciproce, fără afectarea radicală a rezultatului dorit. (E.B.)

Tactica de negociere – „Pătura" – Tactică care se bazează pe faptul că cel care o foloseşte are suficientă acoperire în caz de eşec şi în consecinţă recurge la o gamă largă de procedee de dezbateri, dintre cele mai cutezătoare şi riscante în scopul obţinerii avantajului maximal. Cel ce o adoptă, dacă este vânzător dispune de multiple posibilităţi de desfacere a produselor sale, iar dacă este cumpărător de mai multe surse de aprovizionare. (E.B.)

Tactica de negociere – „Feliuţă cu feliuţă" – Tactică care constă în introducerea în negocieri a unor procedee etapizate şi dozate, care permit avansarea lentă, cu paşi mărunţi, dar sigură către un câştig

final cât mai mare. Expresia vrea să semnifice faptul că de la oponent nu trebuie să obții totul dintr-o dată, ci puțin câte puțin, adică o suită de concesii minore. (E.B.)

Tactica de negociere – „Oferă sfaturi!" – Tactică care constă în a câștiga încrederea partenerului dându-i niște sfaturi care, aparent, sunt în dezavantajul celui ce le oferă. Poate fi însă vorba despre un produs de o mică importanță comercială pentru vânzător, pe care îl sacrifică, prezentându-l clientului și denunțându-i inconvenientele, sfătuindu-l să nu-l cumpere. O prelungire a acestei tehnici este „criza de sinceritate". În acest caz poate fi vorba despre un produs important pentru vânzător, dar de care este sigur că nu va fi cumpărat de către client. Nu vor mai fi scoase în evidență eventualele inconveniente ale acestuia, ci faptul că nu va fi foarte folositor clientului, și de aceea îl sfătuiește să nu-l cumpere. Această tehnică trebuie folosită numai după ce vânzătorul a aflat care sunt nevoile clientului și criteriile sale de alegere. (E.B.)

Tactica de negociere – „Ceasul elvețian" – Tactică care urmărește câștigarea încrederii partenerului prin folosirea de diverse strategeme menite a forța partenerul să remarce și să aprecieze punctualitatea și rigurozitatea. (E.B.)

Tactica de negociere – „Fii modest!" – Tactică care constă în a scoate în față obiectul negocierii și nu subiectul, privitor la care se induce partenerului ideea că are de a face cu un negociator cât se poate de obișnuit, cu scopul de a-l face să se simtă cât mai încrezător și în largul său. (E.B.)

Tactica de negociere – „Tăcerea" – Tactică care constă în abținerea de la acțiunea de a vorbi cu scopul exercitării unei presiuni asupra partenerului, care se va simți astfel mult mai motivat să se implice mai activ în negociere. (E.B.)

Tactica de negociere – „Fă-l să spună da sau nu!" – Tactică aplicată îndeosebi la final, când negocierea stagnează, prin care partenerului de negociere i se oferă posibilitatea de a alege între două alternative: să fie de acord cu propunerea făcută sau să sfârșească negocierea. Această tactică poate fi folosită când o parte știe sigur că cealaltă nu dorește eșecul negocierii (în principiu nimeni nu are interesul de a pleca cu mâna goală de la masa de negociere) și este tot-

odată pregătită pentru consecinţele unui posibil eşec. (E.B.)

Talk show – Emisiune-dezbatere în care se confruntă un animator şi invitaţii săi. (E.D.)

Teamă – Stare de nelinişte şi de tulburare provocată de un pericol care te ameninţă, de un rău care ţi se poate întâmpla; *sin.* frică, teamă. (A.T.).

Teama de negociere – Sentiment de nelinişte pe care îl încearcă cineva la gândul sau în situaţia concretă a unei negocieri; *sin.* frică de negociere. Este exprimată prin afirmaţii de genul: „Nu sunt persoana potrivită pentru a negocia"; „Pot să pierd dacă negociez"; „Eu nu fac concesii"; „Negocierea îmi răpeşte prea mult timp"; „Mi-e greu să-mi păstrez calmul"; „Întotdeauna se pare că ies pe locul doi". (E.B.)

Teledistribuţie – Ansamblu de echipamente, format dintr-o staţie de emisie şi o reţea de cabluri care conduce *mesajele* la abonaţi. *Mesajele* sunt ansambluri de programe audiovizuale produse de staţia de emisie sau de alte staţii. Cablurile care formează reţeaua sunt de 3 feluri: 1) cu fire torsionate (transmit un canal tv pe distanţe scurte); 2) coaxiale (cele mai răspândite, transmit 15 - 60 canale tv); 3) cu fibre optice (fibre de sticlă, transmit cca. 120 canale tv). În zilele noastre, *teledistribuţia* permite ieşirea din Galaxia Guttenberg şi intrarea în Galaxia Marconi, după formula deja clasică a lui Marshall Mc Luhan. Prima reţea experimentală cu fibre optice datează din 1979 şi a funcţionat la Biarritz în Franţa. Depăşirea stadiului experimental s-a făcut de către France Telecom, la 21 mai 1984, când „operaţiunea Biarritz" a propus două tipuri de servicii: radio-tv prin cablu (cu un serviciu de programare participativă) şi stabilirea la cerere a legăturii între doi abonaţi.
În 1994, Deutsche Bundespost Telecom, France Telecom SA, US West Inc. şi Rostelecom (întreprindere rusă de telecomunicaţii) au lansat cel mai mare proiect mondial în domeniul teledistribuţiei (în valoare de 40 milioane dolari, din care jumătate au fost utilizaţi pentru noi linii telefonice până în 2004), care va lega, prin intermediul a 50 mii km de cabluri optice, 50 de oraşe mari ale planetei. (E.D.)

Televiziune – Procedeu de descompunere, transmitere la distanţă şi apoi de recompunere a imaginilor.

Principiile *televiziunii (tv)* se bazează pe capacitatea seleniului de a transforma datorită radiațiilor de electroni (baleiaj), energia electrică în energie luminoasă și reciproc.

La un televizor, ecranul este compus dintr-o multitudine de puncte fluorescente, excitate prin modularea semnalelor electrice, luminozitatea fiind definită prin voltajul tubului catodic.

Inventatorii care au contribuit la nașterea *tv* au fost inginerul german Paul Nipkov, fizicianul italian Marconi (recompensat în 1909 cu Premiul Nobel pentru fizică), scoțianul J. L. Baird și francezii Rene Barthelemy și Henry de France.

În 1939, Marea Britanie și Franța experimentează propriul standard *tv* de 455 linii, iar în 1941 - SUA - de 525 linii. Evoluția *tv* a fost întreruptă de Al Doilea Război Mondial, dar în 1946 Anglia reia emisiunile *tv* în 405 linii, iar Franța în 1949 (819 linii). Din 1950, un program regulat de 28 ore pe săptămână este emis cu o antenă situată pe Turnul Eiffel. Programe regulate *tv* încep să fie emise și în Germania Federală și Olanda (1951), Belgia și Danemarca (1953), Italia (1954), Austria, Luxemburg, Monaco (1955), România, Suedia, Spania (1956), Portugalia (1957), Elveția, Finlanda, Iugoslavia (1958), Norvegia (1960). Încă din 1955, majoritatea teritoriului SUA era acoperită de relee și stații *tv*.

Anii '60 au fost marcați de inventarea *tv* color. Principiul acesteia este descompunerea imaginii *tv* în 3 spectre - albastru, verde, roșu - și superpoziționarea ei pe un ecran „tricrom", care are în componență de 3 ori mai multe "puncte", decât un televizor negru și alb.

Anii '70 au contribuit la introducerea *noilor media* (*tv* prin satelit, prin cablu etc), care au permis alegerea mai multor programe, mai ales de origine străină și o utilizare mai flexibilă a *tv*.

Anii '80 se caracterizează prin adaptarea sistemelor audiovizuale naționale în fața invaziei programelor importate.

Anii '90 marchează diversificarea fără precedent a programelor și emisiunilor audiovizuale, concomitent cu perfecționarea tehnicilor de transmitere a informațiilor prin intermediul *noilor media*.

Principalele etape în dezvoltarea televiziunii:

1826 - primele fotografii ale lui Niepce;
1881 - C. Senleco stabilește principiile unui sistem tv;
1884 - inginerul german Paul Nipkov imaginează discul perforat explorator, care, ulterior îi va purta numele;

1900 - la Expoziția universală de la Paris, se conferențiază despre procedeul tehnic de transmitere a imaginilor prin tv;
1922 - E. Belin conferențiază la Sorbona despre binefacerile televiziunii;
1923 - inginerul și fizicianul scoțian John Logie Baird efectuează experiențe de transmitere la distanță a imaginilor;
1924 - francezul Rene Barthelemy procedează la analiza imaginilor tv cu un dispozitiv alcătuit din două discuri cu deschideri dreptunghiulare;
1927 - J.L. Baird, considerat inventatorul televiziunii, efectuează prima demonstrație cu un videodisc, iar Henri de France pune la punct procedeul tv de înaltă definiție (doar cu 819 linii);
1928 - are loc la New York prima transmisie televizată, la inițiativa companiei Bell;
1929 - Rene Barthelemy obține în experimentele sale imaginea formată din 30 linii;
1934 - se inventează tubul catodic;
1935 - primul studio tv este instalat în Franța, la Ministerul Poștelor și Telecomunicațiilor; antena de emisie era situată pe Turnul Eiffel, iar programul experimental avea durata de 10 min/zi;
1937 - la Expoziția internațională de la Paris sunt prezentate publicului primele posturi tv.
1956 (31 decembrie) - primele emisiuni ale Centrului național român de televiziune);.
1957 - firma americană Ampex inventează magnetoscopul (ampexer-ul), lansat pe piața de consum abia în 1978;
1959 - Henri de France experimentează sistemul tv în culori SECAM (Sequence Couleur A Memoire = secvență color cu memorie);
1960 - debutul înregistrărilor magnetice pentru marele public;
1962 - prima emisiune în Mondovision (sistem de transmitere a imaginilor de televiziune pe distanțe lungi, prin utilizarea sateliților), cu ajutorul Centrului de telecomunicații spațiale francez din comuna Pleumer Boudon, pe coasta normandă a Franței, unde s-au recepționat imagini transmise de la Andover (SUA), prin intermediul satelitului Telstar;
1963 - Bernard Chevry organizează Piața Internațională a Programelor Tv, care se desfășoară anual, în luna aprilie, la Cannes, la care participă peste 1500 societăți internaționale;
1964 - din inițiativa SUA este creat INTELSAT (Organizația Internațională pentru Telecomunicații prin Satelit) cu sediul la Washington;
1965 - este lansat primul satelit pentru telecomunicații intercontinentale, Intelsat I;
1967 - sistemul SECAM este introdus în serviciul public în Franța, de unde a fost preluat de țările africane de limbă franceză, de fosta URSS și țările este-europene;
1969 - Intelsat I retransmite pentru întregul mapamond, primii pași ai omului pe Lună;
- prima videocasetă;
1970 - încep să se dezvolte noile media;

1975 - 1978 - primele videocasete pentru marele public;
1976 - primele antene pentru marele public de captare a semnalelor provenind de la sateliți;
1977 - Conferința de la Geneva reunită la inițiativa Uniunii Internaționale a Telecomunicațiilor, definește caracteristicile sateliților de radiodifuzie, împărțiți pe trei regiuni: 1 - Europa-Africa-Rusia-Mongolia; 2 - cele două Americi; 3 - Asia-Australia;
1978 - videodiscul laser;
1978 - 1982 - se produc discuri laser audionumerice (compact discuri);
1982 - Europa își creează propriul său sistem de teledifuzie prin satelitul Eutelsat, care concurează Intelsat în spațiul european;
1988 - la inițiativa Franței, Consiliul European lansează proiectul *Eureka audiovizual,* destinat să fie un program alternativ la invazia programelor americane, de patru ori mai numeroase pe piața europeană a audiovizualului. (E.D.)

Teoria competenței comunicative – A fost propusă de Jurgen Habermas; conform acesteia, orice om are o anumită competență de *comunicare* determinată de „competența lingvistică" și „universaliile pragmatice", utilizate într-una din cele două forme ale *comunicării* curente: acțiunea comunicativă și discursul.
Competența lingvistică a fiecărui individ reprezintă capacitatea acestuia de a comunica semenilor ideile pe care le are, folosind cuvintele, bogate în sensuri și semnificații. Intre competența lingvistică și cea comunicativă există o determinare directă în cadrul căreia un rol important îl joacă universaliile pragmatice - „propuneri de sistematizare a actelor de vorbire", cele mai des utilizate cuvinte în limbajul comun sau științific. Principalele universalii pragmatice sunt:
- *pronumele personale* (eu, tu, el, ea, noi etc.);
- *cuvintele tipice* și *întorsăturile de frază* des utilizate;
- *exprimările deictice* (care fac legătura între spațiu și timp): modurile gramaticale, timpurile verbelor;
- *verbele performative* utilizate la forma interogativă, modul imperativ sau vorbirea indirectă;
- *verbele intenționale* utilizate neperformativ, precum și unele *adverbe de mod.*
Clasele de vorbire determinate de aceste universalii pragmatice sunt următoarele: - comunicative; - constatative; - reprezentative; - regulative (ordonatoare); - universaliile pragmatice propriu-zise (exemple: a saluta, a felicita, a mulțumi, a exprima condoleanțe, a se căsători, a se logodi, a face

cunoscut, a bea, a mânca, a fuma, a arăta, a vorbi, a prezenta etc.). În discursul sau acțiunea comunicativă cotidiană, prin „jocuri de vorbire" individul își manifestă de fapt competența comunicativă ce îl caracterizează, marcându-i activitatea în societate. (E.D.)

Teoria comunicării interumane – Aparține românului Corneliu Mircea și este o teorie cu substrat psihologic. Autorul pornește de la conceptele: instinctualitate (sexualitate, libido), aparținând teoriei psihanalitice a lui S. Freud; afectivitate, aparținând teoriei sociometrice a lui J. L. Moreno; realitate spirituală, aparținând teoriei spiritualiste a lui Max Scheler.

Luate împreună, acestea determină preferința sau alegerea partenerului pentru *comunicare*, determinând evoluția acestei preferințe în următoarele stadii: tandrețe, afecțiune, interes, simpatie mentală. Conform părerii lui Corneliu Mircea, „Eul se îndreaptă spre altul grație puterii atractive care sălășluiește în instinctualitate, afectivitate și spirit". Este valabil pentru orice *comunicare* umană proverbul popular „Spune-mi cu cine te însoțești, ca să-ți spun cine ești". Cele două criterii ale preferinței interpersonale care conduc la *comunicarea* între indivizi sunt asemănarea și complementaritatea; ele contribuie la identificarea dar și la diferențierea partenerilor, generând cinci modele aberante de comunicare:

1) modelul nevrotic – primul pas al alienării în *comunicare*; mai poartă încă semnul atracției, însă, atracția nevroticului se preschimbă pe nesimțite în repulsie; după C. Mircea, Eu-l nevrotic se află între atracție și repulsie;

2) modelul desocializant – al introversiunii, lipsei de voință, de vlagă și al inerției; după autorul teoriei, sinele se retrage în singurătatea suferinței, eșecurile repetate sunt resimțite dureros, se părăsește scena intercomunicării, ceea ce conduce la dezinteres și indiferență, este alterat sentimentul tonic al *comunicării* normale;

3) modelul psihopatiform – atracția se preschimbă imprevizibil în repulsie, sinele se smulge pe neașteptate din actul *comunicării* și respinge brutal ființa celuilalt, ceea ce poate conduce la iritabilitate sau acte agresive;

4) modelul delirant - îl conduce pe cel în cauză într-un ținut străin de realitate, imaginar în *comunicare*, în care sinele este permanent agresat de ființa celuilalt;

5) modelul autist – care descrie însingurarea sinelui, până la ruperea acestuia de realitate.

Acestor modele le corespund cinci zone nivelice: 1) instinctualitatea (inclusiv sexualitatea); 2) imaginația; 3) afectivitatea; 4) rațiunea; 5) „cunoașterea paroxistică de sine". Astfel, *comunicarea* interumană se desfășoară între aceste zone nivelice, iar atunci când intră în sfera patologicului, se pliază pe unul din modelele prezentate. (E.D.)

Teoria informației – A fot elaborată de Claude Shannon și Norbert Wiener; conform acestei teorii, orice *comunicare* poate fi considerată o asociere de *informații*, făcută cu un anumit scop. Mahele Ilombi a propus așa numita teorie a *informației* blocate, subliniind că există popoare și indivizi care încă nu au dreptul și accesul la anumite *informații*; Ilombi consideră accesul la *informație* - „un drept inalienabil și o datorie fundamentală" a fiecărui individ sau popor, arătând că există factori de blocaj de natură tehnică, politică sau umană. (E.D.)

Teoria instrumentalistă – Propusă de Herbert Marshall Mc Luhan pornește da la ideea că *mass-media* nu sunt doar instrumente, canale de transmitere a *informațiilor*, ci mediumuri - *mesaje*, adică factori care contribuie activ și specific, prin particularitățile tehnologiei lor și ale modului specific de percepție pe care îl solicită, la efectele globale ale *comunicării*. Formula celebră a lui Marshall Mc Luhan - „mediumul este *mesajul*" - subliniază că rolul *mass-media* nu se reduce la transmiterea unei *informații*; fiecare mijloc *mass-media* modifică, în perioada istorică a dominației sale (...), modul în care individul percepe lumea, îi modelează sensibilitatea și gândirea, prelungindu-se pe această cale efectele până la nivelul societății globale și al evoluției istorice a omenirii. După Mc Luhan, evoluția modalităților de *comunicare* induce modificări în evoluția diferitelor tipuri de societăți și civilizații: „Societățile au fost totdeauna remodelate mai mult de natura mediumurilor (mijloacelor de comunicare) prin care oamenii comunică, decât prin conținutul *comunicării*". În realitate însă, apreciem că este important și conținutul *comunicării* transmise de *emițător*, *receptorului*, toți acești factori (*emițătorul*, *receptorul*, *mesajul*) fiind condiționați social. În lucrarea sa, "Galaxia Gutenberg", publicată în 1962, Herbert Marshall McLluhan subliniază că istoria umanității se articulează următoarelor trei moduri de *comunicare*:

- graiul viu - care a dominat viața tribală;
- cuvântul scris - din antichitate și până la jumătatea secolului al XX-lea;
- satul global, care începe cu *televiziunea*. (E.D.)

Teoria matricei psihosociale – Emilian M. Dobrescu încearcă să explice prin această teorie, fenomenul *comunicării*, pornind de la combinarea factorilor psihici (care țin de Eu-l individual), cu factori sociali (care țin de mediul în care acesta își desfășoară activitatea). Astfel, în afara caracteristicilor biologice și lingvistice, specifice unei anumite persoane, aceasta posedă o matrice psihosocială proprie. Această matrice psihosocială caracterizează în mod unic fiecare persoană și personalitate umană.

Pot comunica eficient două persoane ale căror matrici psihosociale sunt asemănătoare, deci persoanele respective au fost condiționate similar de factorii psihici proprii și de cei sociali, care le determină existența. O *comunicare* perfectă, ideală nu este posibilă întrucât nu pot exista două matrici psihosociale identice. De aceea, prin (auto) educație, individul uman își poate structura permanent matricea psihosocială proprie, contribuind în felul acesta la îmbunătățirea *comunicării* sale cu semenii. (E.D.)

Teoria opiniei – A fot preluată din *sociologia opiniei publice* și consideră orice *comunicare* umană - o sumă de opinii. (E.D.)

Teoria sistemelor de comunicare – A fost elaborată de Ludwig von Bertallanffi; conform acesteia un câmp comunicațional, cu toate elementele lui poate fi considerat un sistem. (E.D.)

Teoria sociodinamică a modurilor de comunicare – Aparține lui Abraham Moles, care, luând în considerare factorii sociali, propune cinci doctrine ce caracterizează cultura și *comunicarea* în societate:

1) doctrina demagogică - se află în serviciul publicității subliniind „imersiunea individului în câmpul publicitar" (G. Maletzke) pentru a obține „cea mai mare satisfacție a majorității ascultătorilor" (A. Moles);

2) doctrina dogmatică - legată de forme propagandistice, are scopul de a transforma auditoriul conform unei ideologii, definite în prealabil;

3) doctrina piramidală - separă straturile sociale, cu valorile lor

proprii, dispuse de regulă piramidal;
4) doctrina eclectică (culturalistă) - conform căreia scopul omului îl constituie comunicarea valorilor, selectarea şi ierarhizarea lor; reflectarea evenimentelor culturale joacă un rol „relativ secundar" în *comunicare*;
5) doctrina sociodinamică a modurilor de *comunicare* - care explică, după A. Moles, schimbările intervenite în *comunicarea* între indivizi, ca urmare a schimbărilor produse în cultura acestora; poate fi explicată prin prisma funcţionalismului comunicaţional.
Teoria sociodinamică a modurilor de *comunicare* pune accentul pe factorii sociali în explicarea fenomenului *comunicării*; determinarea culturală a acestora este surprinsă de Moles în cele cinci doctrine ale modelului său teoretic. (E.D.)

Teoria structural – funcţionalistă – Consideră orice *comunicare*, o structură de *semne* şi semnificaţii, care îndeplineşte anumite funcţii. (E.D.)

Terorism – Utilizare a *violenţei* în scopuri sociale sau politice de către indivizi, grupuri organizate sau state. Spre deosebire de celelalte forme de violenţă, terorismul provoacă teamă, teroare sau chiar panică în rândul populaţiei şi afectează persoane inocente sau „necombatante". Prin terorism se urmăreşte câştigarea de concesii, obţinerea publicităţii maxime pentru o anumită cauză, provocarea represiunii, distrugerea ordinii sociale sau destabilizarea instituţională, întărirea obedienţei faţă de anumite grupuri de interese.

Ziua europeană a victimelor terorismului

Data de 11 martie a fost declarată de Parlamentul European ca fiind Ziua europeană a victimelor terorismului. Iniţial a fost propusă data de 11 septembrie, ziua celor mai mari atentate teroriste comise în lume (SUA, 2001), dar între timp au avut loc cele patru atentate comise la Madrid în dimineaţa zilei de 11 martie 2004, ceea ce a determinat stabilirea acestei date.
În dimineaţa zilei de joi 11 martie 2004, zece rucsacuri încărcate cu dinamită au explodat în patru trenuri în Madrid (Spania) în patru staţii diferite. Exploziile au avut loc simultan, între 7:39 şi 7:42 dimineaţa în staţiile madrilene Atocha (3 bombe), El Pozo del Tío Raimundo (2 bombe) şi Santa Eugenia (1 bombă) şi o a patra în calea Téllez spre Atocha (4 bombe). Alte 13 bombe neexplodate s-au găsit în alte trenuri, după cele declarate de ministrul de interne spaniol

acestea urmau să fie detonate la ajungerea ambulanţelor.
Atacul a produs cel puţin 199 de morţi (dintre aceştia 181 în momentul efectiv al exploziilor) şi 1467 răniţi. După numărul de victime, acest atentat devine al doilea cel mai puternic atac terorist suferit de Europa, după atacul aerian (asupra unui avion Pan Am) din Lockerbie pe 21 decembrie 1988, când au fost 259 pasageri şi 11 la sol (270 morţi). (A.T.).

Tip de negociere – Model, schemă care întruneşte anumite caracteristici de natură a face diferenţa între diferite negocieri. Ex.: *negociere* conflictuală, cooperantă, deschisă, închisă, etc. (E.B.)

Tipologia/tipuri de conflict – *Conflictele* sunt foarte variate, ele diferă de la caz la caz. Unele sunt complicate şi importante, altele sunt simple, neînsemnate sau chiar vulgare. O clasificare a *conflictelor* poate să ia în considerare diferite criterii cum sunt: locul de desfăşurare, spaţiul, nivelul comunitar, organizaţional, cel macro-social (guvern, partide, sindicate, administraţie publică etc.) sau nivelul micro (firmele, organizaţiile, instituţii etc.).
Modul de abordare a *conflictelor*, în general este pus sub semnul unor evenimente negative. Indivizii se gândesc la situaţiile de *conflict* ca la ceva incomod, inevitabil cu repercusiuni negative. Acţiuni agresive, violente, necuviincioase, necivilizate stau sub spectrul *conflictului*, izvorând din lipsă de *comunicare* datorată opiniilor diferite, percepţiilor diferite, prejudecăţilor şi/sau gândirii stereotipe etc.
Altă abordare consideră *conflictele* ca fiind inevitabile, dar cu o latură binefăcătoare, constructivă. Prin *abordarea integrativă* a *conflictului*, prin reducerea la maximum a potenţialului său distructiv se vor putea îmbunătăţi activitatea, relaţiile şi chiar se poate ajunge la schimbări importante. Aşadar, *abordarea integrativă* este de manieră colaborativă, pe când *abordarea distributivă* este de manieră competitivă.
Un *conflict* poate fi considerat constructiv sau distructiv şi în funcţie de punctul de vedere al celui care îl observă.
După gradul de relevanţă deosebim conflicte majore şi minore.
După gradul de dezvoltare în timp există *conflicte* instantanee (nu pot fi anticipate, se uită repede, pot avea efect eliberator, se manifestă pe termen scurt) şi intermitente (sunt de lungă durată, pot avea consecinţe negative impor-

tante, par să dispară după tentative de rezolvare, dacă nu este aleasă o metodă eficientă vor reapare după o perioadă).

După nivelul la care se manifestă sunt *conflicte*:

- intra-personale – conflict interior: „Eu cu sine";
- inter-personal: "între cel puțin două persoane"; ex.: între doi membrii ai familiei; între membrii unei organizații (între colegii din firmă, partid, fundație, echipă sportivă, elevi ai unei clase etc.)
- inter-grup: între două sau mai multe grupuri (vezi similitudinea cu războiul), clanuri etc.;

După natura lor, *conflictele* pot fi:

- de interese: sunt generate de limitarea accesului la resurse (financiare, materii prime, debușee, concurență, împărțirea profitului, cât să investească etc.). În acest tip de c. comportamentul părților este în general rațional;
- de ordin teritorial (zonă intimă, personală, socială, publică);
- de ordin intelectual (credințe și preferințe): declanșat datorită diferențelor culturale și de percepție. În acest caz conflictul poate fi de natură politică, religioasă, ideologică, psiho-senzorială. Acest tip de conflict este greu de conciliat, este profund și de mare intensitate! Conflictele de ordin intelectual nu sunt raționale, bazându-se pe valori fundamentale. Ele sunt generate de moduri foarte diferite de analiză și datare a situațiilor sau problemelor ridicate în vederea atingerii obiectivelor. Din rândul acestui tip de conflicte fac parte conflictele politice, cele religioase, și cele de muncă (sindicale);
- de ordin instrumental: declanșat datorită unor modalități diferite de a înțelege atingerea obiectivelor (căi, mijloace, metode) Așadar este vorba de natură procedurală! Comportamentul părților este preponderent rațional;
- de ordin afectiv: desfășurarea unor astfel de conflicte depinde de caracteristicile de personalitate ale celor implicați, de sensibilitatea lor, de dificultățile de comunicare, de educație, de lipsa de raționalitate. Acest tip de conflict are o mare încărcătură emoțională motiv pentru care este dificil de rezolvat! Exemple de conflicte de ordin afectiv: invidie, gelozie, rivalitate, subapreciere, supraapreciere, manipularea sentimentelor etc.
- mixte: presupun suprapunerea celor enumerate mai sus (conflicte de ordin intelectual cu cele de ordin afectiv). În tipologia practică, în general, nu găsim un singur tip. *Conflictele* sunt extrem de complexe de aceea rezolvarea lor trebuie să țină cont de acest lucru. În concluzie, intensitatea și

durata unui *conflict* este direct proporțională cu miza sa, depinzând însă și de numărul și calitatea intereselor disputate. (A.T.)

Tipurile comunicării – Propunem următoarele criterii de clasificare a *comunicării*:

1) mijlocirea *comunicării*: directă sau indirectă. După *canalul comunicațional* care mijlocește *comunicarea* poate să fie:

- comunicare audio (prin radio, casete audio, discuri, compact discuri, telefon);
- comunicare video - tv (prin *tv*, aparat video, *tv* prin cablu sau satelit, videotelefon);
- comunicare scrisă (*carte*, presă scrisă, scrisori);
- comunicare artistică (teatru, film, muzică, arte plastice).

2) sensul *comunicării*: unilaterală sau reciprocă;

3) numărul receptorilor: privată sau publică; individuală sau socială (interpersonală, interumană, de grup, de masă - cu sensuri separate pentru fiecare termen). Massa - scrie Jose Ortega y Gasset - este omul mediu, este calitatea comună, ceea ce aparține tuturor și fiecăruia, este omul atât cât el nu se diferențiază de ceilalți oameni. *Comunicarea* de masă este cea care se adresează omului de masă - cel care poate fi concomitent, atât emițător cât și receptor multiplu al unei comunicări efectuate cu o anumită conformitate. Conștiința acestei conformități eliberează omul atomizat de neliniștea sa și-l face om de masă;

4) perenitatea *comunicării*: verbală (efemeră) sau scrisă (permanentă). În cadrul *comunicării* permanente, în funcție de suportul de stocare, deosebim: *comunicare* prin intermediul hârtiei, benzii video - audio, discului - videodiscului, computerului etc. *Comunicarea* verbală limitează distanțele spațio-temporale, iar *comunicarea* scrisă, în lipsa expresiei vizuale și acustice a partenerilor, poate spori posibilitățile de interpretare eronată a *mesajului* transmis. Există și o *comunicare* nonverbală, prin gestică, mimică (fizionomie), pantomimică (îmbinarea celor două forme);

5) tipuri aparte de *comunicare*:

a) - *comunicarea* empatică;

b) - *comunicarea* impersonală și anonimă, după Jean Lohisse, în care *emițătorul* nu este clar precizat, nici chiar *receptorul*. Exemplu: tradițiile, obiceiurile, folclorul - „acest fermecat izvor de apă vie, de la care vin să se adape toți cei care se simt ai acestui pământ" (Mihail Sadoveanu);

c) - *comunicarea* blocată produsă, după Mahele Ilombi, ca urmare a limitării accesului la *informație*, considerat un drept inalienabil și fundamental al individului. Există și sunt promovați factori de blocare - tehnici, politici și umani. (E.D.)

Totalitarism – Regim politic în care principiile democrației sunt încălcate (nu se respectă în practică separarea puterilor, statul este condus de o persoană sau un grup restrâns de persoane care ia decizii arbitrare, fără respectarea legii). Spre deosebire de regimurile dictatoriale, în regimurile totalitare opoziția nu este numai reprimată, ci exterminată fizic. Drepturile fundamentale ale omului, libertatea persoanei sunt încălcate fără scrupule. Pentru a se menține la conducere în regimurile totalitare sunt folosite metode de teroare, de intimidare și delațiune promovându-se neîncrederea reciprocă. Exemple ale istoriei recente, comunismul și *nazismul* au fost regimuri totalitare. Conducători totalitari au fost Musolini, Hitler, Stalin, Ceaușescu etc. (A.T.).

Transmisie multimedia – Emisiune transmisă simultan la radio și tv. (E.D.)

Tranșa – A rezolva repede și definitiv, o dificultate, un conflict. (A.T.)

Trata – **1.** A avea față de cineva sau de ceva o anumită comportare, a se purta cu cineva într-un anumit fel. **2.** A discuta o chestiune economică, socială, politică, cu scopul de a ajunge la o înțelegere, la încheierea unei convenții; a duce tratative. (A.T.)

Trădare – Acțiunea de a trăda și rezultatul ei; infracțiune, faptă reprobabilă comisă de cel care trădează. (A.T.)

Tribunal – Instanță judecătorească cu atribuții determinate. În vechea organizare judecătorească – instanță intermediară între judecătorie și curtea de apel, care își întindea jurisdicția asupra unui județ. Complet care judecă o cauză, un proces la un tribunal. (A.T.)

Tv cu înaltă definiție – Televiziunea a cărei imagine se compară cu cea a cinematografului de 35 mm (în Japonia, postul NHK a pus la punct o definiție de 1.125 linii). (E.D.)

Valoare fundamentală – Orice obiect material, idee sau instituție față de care indivizii sau grupurile sociale/comunitățile adoptă o atitudine de respect, atribuindu-i un rol foarte important (normativ) în viața lor, tendința de realizare sau obținere a acesteia fiind resimțită ca o constrângere interioară, ca o aspirație sau un ideal. *sin.* valoare esențială, de bază. (A.T.)

Videografie – Cuprinde transmiterea unor mesaje prin *poşta electronică, poşta vocală sau fax.* (E.D.)

V-mail – vezi *Poştă vocală.* (E.D.)

Violență – **1.** Însuşirea, caracterul a ceea ce este violent. Lipsa de stăpânire în vorbe şi fapte; vehemență, furie. Faptul de a întrebuința forța brutală; constrângere, violentare; siluire; încălcare a ordinii legale. Faptă violentă, impulsivă. *sin.* putere mare, intensitate, tărie. **2.** Utilizarea forței şi a constrângerii de către un individ, grup sau clasă socială în scopul impunerii voinței asupra altora. Violența caracterizează folosirea forței fizice sau a autorității personale pentru a produce un prejudiciu sau o vătămare integrității unei persoane. **3.** mai semnifică un mijloc coercitiv utilizat pentru asigurarea dominației de clasă sau pentru dobândirea unei poziții dominatoare concretizat sub forma războaielor de cucerire, terorismului internațional etc.; **4.** este echivalentă cu constrângerea exercitată de o anumită comunitate culturală asupra alteia sau de un anumit sistem normativ asupra altora, prin intermediul unor agenți represivi cu caracter economic, politic sau spiritual, în scopul adoptării modelului dominator. (A.T.)

X

Xenofobie – (*gr. xenos, „străin" şi phobos, „spaimă", „teamă"*), atitudine de teamă, respingere şi/sau ură faţă de persoanele străine de grupul etnic din care face parte subiectul; suspiciune, respingere faţă de comportamente, instituţii, forme culturale (obiceiuri, limbă, idei etc.), considerate a fi străine în raport cu ceea ce este nativ, autohton. Definiţia „străinului" ca persoană sau grup depinde de criteriile de identificare operante în relaţiile dintre grupuri sociale la un moment dat.
Xenofobia este o sursă de *conflict*. (A.T.)

Zapping – Acționarea telecomenzii de către telespectator pentru a schimba postul (în Anglia, de exemplu, un telespectator acționează în medie de 38 ori/oră, butoanele unei telecomenzi în *prime time*). (E.D.)

Ziar – După Otto Groth, ziarul este o publicație rezultată dintr-o întreprindere economică, apărând regulat și la intervale apropiate (cel mult o săptămână). Publicația trebuie să aibă un caracter universal, să fie de interes general, să se raporteze în special la actualitate. Ea trebuie să comunice, să emită idei, judecăți și să ofere învățăminte în scopul formării și conservării unui public.

Primul *ziar* datează din epoca domniei faraonului Tutmes al III-lea (cca. 1750 î. n.Ch.); era scris pe papirus și conținea știri oficiale. Sub a 26-a dinastie a regelui Amasis al II-lea, apare un jurnal al Curții egiptene, care descrie scandalurile provocate de regele Apires, detronat de Amasis.

Istoricul Flavius susține că și babilonienii aveau un *ziar* în care funcționarii speciali treceau zi de zi evenimentele mai importante. În timpul romanilor exista „Acta Diruna" ce cuprindea: dezbaterile adunării senatului, dezbaterile adunării poporului, ceremoniile funebre, incendiile, execuțiile, falimentele. În Evul Mediu apar „alergătorii cu noutăți", ziariști medievali, ce mergeau din cartier în cartier și relatau prin viu grai noutățile și în special scandalurile politice și familiale. Se întruneau în fiecare seară și făceau schimb de știri. Mai târziu "alergătorii cu noutăți" au început să expedieze și în centrele provinciale foi scrise, numite „noutăți de mână".

Sub această formă a viețuit *ziarul* până în secolul al XVII-lea, când a fost înlocuit de *ziarul* imprimat – în perioada de ascensiune a burgheziei, interesată în folosirea tiparului ca un mijloc de luptă politică și ideologică împotriva orânduirii feudale. Primele cotidiene din Europa apar în a doua jumătate a secolului al XVII-lea și iau avânt după Revoluția Franceză. La 3 septembrie 1833, un tipograf de 23 de ani lansează *ziarul* care avea să devină cel mai mare cotidian al New Yorkului – New

York Sun, care inițial se vindea cu prețul de un penny exemplarul. Din 1835, ziarul avea să fie tipărit pe o mașină acționată cu aburi, deschizând cu un tiraj de 20.000 exemplare pe zi, era jurnalismului popular. (E.D.)

Zvon – *Informație* orală, transmisă pe canalele relațiilor interpersonale, prezentată drept adevărată, fără a exista posibilitatea să i se verifice corectitudinea, *comunicarea* fiind ambiguă, iar *mesajul* distorsionat sau deteriorat.

Are o mare viteză și arie de transmitere, în special în condițiile stărilor de criză, de tensiune și când lipsesc *informațiile*.

Este pus în circulație cu o dublă funcție: de a explica și de a atenua anumite tensiuni emoționale; de a influența starea de spirit, moralul și discernământul indivizilor. Practica se referă la tipuri specifice de falsificare sau distorsionare a *informațiilor* transmise prin *zvon*, cum ar fi: amplificarea amănuntelor; întreținerea, asimilarea și transpunerea distorsionată a acestora în funcție de *mentalitate*, prejudecată/stereotipie, celor care comunică; amplificarea proporției și semnificației evenimentelor; dramatizarea acestora etc. Datorită faptului că *zvonul* apare în situații de tensiune, de criză, fiind folosit ca instrument de propagandă sau contra-propagandă poate contribui la declanșarea sau agravarea unor stări de criză. (A.T.)

Bibliografie selectivă

Cărți de referință

Anzieu, D. şi Martin, J.Y. - La dynamique des groupes restreints, Paris PUF, Collection: SUP, Le Psychologue, 1968

Aranguren, J. L. - Sociologie de l'information, texte francais de Claude Carme, Paris, Hachette, 1967

Balle, Francis - Medias et Societes, cinquieme edition augmentee et mise a jour, Paris, Montchrestien, 1990

Bateson, Gregory şi Ruesch, Jurgen - Communication et societe, Seuil, Paris, 1988

Bennis, W.G., Schein, E.H. şi Steele, F.I. - Interpersonal Dynamics, Homewood III, Dorsey Press, 1964

Berchard, R. şi Harris, R.T. - Organizational Transitions: Managing Complex Change, Reading MA: Addison-Wesley, 1987

Bernard, Michel - L'expressivite du corps, recherche sur les fondements de la theâtralite, Paris, Jean-Pierre Delarge editeur, 1976

Biberi, Ion - Arta de a scrie şi de a vorbi în public, Bucureşti, Editura Enciclopedică Română, 1972

Birkenbihl, F.Vera - Antrenamentul comunicării, sau Arta de a ne înțelege, Editura Gemma Pres, Bucureşti, 1998

Botezat, Elena şi Ban, Olimpia - Negocierea afacerilor - aplicații, cazuri, teme de dezbatere, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2001

Botezat, Elena - Tehnici de negociere, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2003

Canarache, Ana şi Breban, Vasile - Mic dicționar al limbii române, Editura Ştiințifică, Bucureşti, 1974

Cândea, M. Rodica şi Cândea, Dan - Comunicare managerială aplicată, vol.I-II, Editura Expert, Bucureşti, 1998

Ceauşu, I. - Tratat de management, ed. a II-a, Asociația de Terotehnică şi Tehnologie, Bucureşti, 1998

Claret, Jacques - Ideea şi forma, cuvânt înainte şi traducere de Dumitru Ghişe, Bucureşti, Editura Ştiințifică ți Enciclopedică, 1982

Curry, Jeffrey Edmund - Negocieri internaționale de afaceri, Editura Teora, București, 2000

Dominick, J. R. - The Dynamics of Mass Communication, A.W. Publ., 1983

Ferreol, Gilles (coord.) - Dicționar de sociologie, Editura Polirom, Iași, 1998

Finch, Brian - 30 de minute pentru a învăța ... Cum să ieși învingător dintr-o negociere, Editura Image, București, 1999

Fisher, Robert - Ury William, Getting to YES, Boston, Houghton Mifflin, 1981

Foulquie, Paul - Vocabulaire des sciences sociales, Paris, PUF, 1978

Guiraud, Pierre - La semiologie, Paris, Presses Universitaires de France, 1973

Herseni, Traian - Sociologia limbii, București, Editura Științifică, 1975

Ilombi, Mahele - L'information bloquée, Cabay Libraire-Editeur, Louvain la Neuve, 1984

Kapferer, Jean-Noël - Zvonurile, ediția a II-a, București, Editura Humanitas, 2006

Lall, Arthur - Modern International Negotiation, Principles and Practice, New-York, Columbia University Press, 1966

Malița, Mircea - Teoria și practica negocierilor, Editura Politică, București, 1972

Mattock, J. și Ehrenborg, J. - Cum să devii un bun negociator, Editura All Beck, București, 2001

Maubert, Jean-Francois - Négocier, les clés pour réussir, Edition Dunod, Paris, 1997

Miquel, Pierre (sub direcția) - Lexique de l'audiovisuel, Paris, Dalloz, 1990

Mircea, Corneliu - Inter-comunicare, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1979, colecția Psyche

Moles, Abraham - Sociodinamica culturii, București, Editura Științifică, 1976

Nicolau, Edmond - Limbaj și strategie, București, Editura Stiințifică ți Enciclopedică, 1983

Nicolau, Edmond - Omul informațional, Iași, Editura Junimea, 1971

Noica, Constantin - Rostirea filosofică românească, Editura Științifică, București, 1970

Pease, Alan și Garner, Alan - Limbajul vorbirii - arta conversației, București, Editura Polimark, 1994

Prutianu, Ştefan - Comunicare şi negociere în afaceri, Editura Polirom, Iaşi, 1998

Schelling, Thomas C. - Strategia conflictului, Editura Integral™, Bucureşti, 2000

Schermerrhorn, J.R. Jr.; Hunt, J.G.; Osborn, R.N. - Managing Organisational Behaviour,

Schram, Wilbur - Process and Effects of Mass Communication, 1995

Scott, Bill - Arta negocierilor, Editura Tehnică, Bucureşti, 1996

Seche, Luiza; Seche, Mircea; Preda Irina - Dicţionar de sinonime, Editura Enciclopedică, Bucureşti, ediţia a III-a, 1993

Souni, Hasssan - Manipularea în negocieri, Editura Antet, Bucureşti, 1998

Tellier, Yvan şi Rovenţa-Frumuşani, Daniela - Resurse umane şi dezvoltare organizaţională, Editura Cavallioti, Bucureşti, 1999

Tichy, N. - When Does Work Restructuring Work?, în Organizational Dynamics, vol. 5, nr. 1

Toffler, Alvin - Powershift - Puterea în mişcare, Bucureşti, Editura Antet, 1995

Tomescu, Ada M. - Rezolvarea conflictelor: negociere şi mediere (curs la nivel postuniversitar - master)

Udroiu, Neagu - Gutenberg sau Marconi?, Bucureşti, Editura Albatros, 1981

Vasile, Dragoş - Tehnici de negociere şi comunicare, Editura Expert, Bucureşti, 2000

Walton, Richard E. - Interpersonal Peaceworking Confrontations and Third-Party Consultation în Gh. Ionescu, E. Cazan, Adina Negruşa, Management organizaţional, Editor Tribuna Economică, Bucureşti, 2001

Zamfir, Cătălin şi Vlăsceanu, Lazăr, coordonatori - Dicţionar de sociologie, Bucureşti, Editura Babel, 1993

Vasile, Dragoş - Tehnici de negociere şi comunicare, Editura Expert, Bucureşti, 2000

Zamfir, Cătălin şi Vlăsceanu, Lazăr (coord.) - Dicţionar de sociologie, Editura Babel, Bucureşti, 1998

* * * Rezolvarea conflictelor şi negocierea, Rentrop & Straton, Bucureşti, 1999

* * * Academia Româna, Institutul de lingvistică „Iorgu Iordan" - DEX - Dictionarul explicativ al limbii română, ediţia a II - a, Editura Univers Enciclopedic, Bucureşti, 1998

* * * Mic dicţionar enciclopedic, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, Bucureşti, ediţia a III-a, 1986

http://dexonline.ro

http://www.fwp.state.mt.us/wildthings/wolf/finaleis/glossary.pdf

Studii şi articole

Balin, Ioan - Originea şi funcţiile limbajului natural, în Academica, an V, nr.4/1995, p.11

Bertrand, Jean-Claude - Les fonctions des medias, în J.C. Bertrand editeur - Medias, Paris, Ellipses

Cobianu-Băcanu, Maria - Limbajul - gloria care încoronează omul, în Opinia Naţională, nr. 130, 1996, p.4

Dessart, Francis - Abordarea comunicaţională a unei reînnoiri a relaţiilor internaţionale, în Revista română de studii internaţionale, anul XXVI, nr. 3-4 (119 -120), mai-august 1992, p. 193 - 209

Eliade, Mircea - Limbajele secrete, extras din Revista fundaţiilor regale, nr. 3(ianuarie - martie), 1938, Imprimeria Naţională, Bucureşti

Farcaş, Dan D. - Limite ale cuvântului, Riscurile comunicării, în Ecosofia - revista problemelor globale, nr. 3-4 (76-77)/decembrie 1996-ianuarie 1997, p.26

Friedmann, George - Sociologia comunicaţiilor de masă, în Sociologia franceză contemporană, antologie de I. Drăgan şi I. Aluaş, Ed. Politică, 1971

Gheorghiu, Mihnea - Filmul şi istoria, în Academica, sept. 1996, p.2

J. Duvignaud - Arta, astăzi, în Sociologia franceză contemporană: teorie - metodologie - tehnici - ramuri, antologie întocmită de Ion Aluaş şi Ion Drăgan, Bucureşti, Editura Politică, 1971

Lasswell, Harold D. - Structure et fonction de la communication dans la societe, în F. Balle et J. Padioleau - Sociologie de l'information, Paris, Larousse, 1973

P. Francastel - Program pentru o sociologie a artelor, în Sociologia franceză contemporană: teorie - metodologie - tehnici - ramuri, antologie întocmită de Ion Aluaş şi Ion Drăgan, Bucureşti, Editura Politică, 1971

Predoi, Aristide - Drumul spre societatea informaţională(3), în Economistul nr. 886/7-8 februarie 1997, p. 5

Restian, Adrian - Rolul informaţiei, în Unitatea lumii şi integrarea ştiinţelor sau integronica, Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, 1989

Index

ABC 3
Abordarea centrată pe interese a negocierii 6
Abordarea concesivă a negocierii 6
Abordarea conflictelor „hard" 5
Abordarea conflictelor „soft" 5
Abordarea conflictului - acomodarea 3
Abordarea conflictului - aplanarea 3
Abordarea conflictului - comanda autoritară 4
Abordarea conflictului - competiția 4
Abordarea conflictului - compromisul 4
Abordarea conflictului - ignorarea 4
Abordarea conflictului - rezolvarea 4
Abordarea conflictului 3
Abordarea de pe poziții de forță a negocierii 7
Abordarea negocierii 6
Abuz 7
Abuziv 7
Accident 7
Acord 7
ACTV 3
Acțiune 8
Acțiune colectivă 8
Acțiune socială 9
Acuzare 10
Aderare 10
Adevăr 10
Afectivitate în negocieri 10
AFP 11
Agenție de presă 11
Agresiune 11
Agresiv 12
Agresivitate 12
Agresivitate verbală 12
Alianță 13
Aliat/aliată 13
Amânare 13
Ambuscadă 13
Analiza imaginii TV 13
Anomie 14
Antipatie 13
Anxietate 14
AP 14
Apărare 14
Aptitudine în negocieri 14
Arbitraj 14
Argumenta 15
Asertivitate/aserțiune 15
Aspirație 15
Așteptări 16
Atac 16
Atitudine 16
Atitudine în negocieri – agresivitatea 16
Atitudine în negocieri – cooperarea 17
Atitudine în negocieri – creativitatea 17

Atitudine în negocieri – dominația 17
Atitudine în negocieri – ostilitatea 17
Atitudine în negocieri – pasivitatea 18
Atitudine în negocieri – rațională 18
Atitudine în negocieri 16
Atitudini sociale 18
Audiență 18
Audimetru 18
Autoritate 18
Avantaj 19

Baleiaj 20
Bandă 20
BATNA 20
Bătălie 20
BBC 21
Betacam 21
Betamax 21
Bidonaj 21
Bigotism 21
Birocrație 21
Boicot 21
Boicota 22
Bruiaj 22
Buclă 22
BVU 22

Camera film 23
Canal 23
Canal comunicațional 23
Canal de frecvență 23
Carismă 23
Carte 24
Categorie socio-profesională 26
CATV 26
Cauzalitate socială 26
CBS 27
Ceartă 27
Ceartă a universalilor 27
Cedare 27
Cinematograf 27
Civilizație 28
Clasă socială 28
Climat de negociere 28
Climat psiho-social 28
CNN 29
Cod 29
Cod de comunicare 30
Codaj culoare 30
Coerciție 30
Colaborare 30
Compensare 30
Competiție 31
Complot 31
Comportament 32
Compromis 32
Comunicare 33
Comunicare de grup 34
Comunicare de masă 34
Comunicare empatică 35
Comunicare verbală sau orală 35
Comunicație de masă 36
Comunicație 35
Concilia 36
Conciliator 36
Conciliere 36
Condiții pentru angajarea în negociere 30
Conflict 36
Conflict de interese 38

Conflict negativ 38
Conflict pozitiv 39
Conformare 39
Confrunta 40
Confruntare 40
Confuzie 40
Consens 40
Conspirație 41
Contagiune 41
Contencios 41
Contraatac 42
Contradicție 42
Contradicții sociale 42
Control social 42
Controversă 42
Convingere 42
Cooperare 43
Corupție 43
Crimă 43
Criptare 43
Criză politică 43
Cultură 44
Cultură organizațională 44
Cumpătat 44
Cuvânt 44

Daune 47
Day time 48
Decizie 47
Definiție 47
Democrație 48
Devianță 48
Dezacord 48
Dezavantaj 49
Dezbatere 48
Dezerta 49
Dezinformare 49
Diaporamă 49
Diferend 49
Dilema prizonierului 49
Dilemă 49
Dilemă socială 50
Diplomat/diplomată 50
Diplomatic 50
Diplomație 51
Disc 51
Disciplină 51
Discordie 51
Discriminare 51
Disensiune 52
Disident /disidentă 52
Dispută 52
Dissens 52
Distrugere 52
Divergent 52
Divergență 53
Divorț 53
Dreptate 53
Duplex 53
Durată de urmărire 53

Echipă de negociere 54
Echitabil 57
Echitate 57
Elipsă 57
E-mail 57
Emițător 57
Emotivitate 57
Emoție 57
Empatie 57
Etapele conflictului 57
Etică 59
Etichetare socială 59
Etnic 59

Etnocentrism 60
Evaluare 60
Eveniment 60
Evitare 60
Expresivitate 60

Facilitare 62
Fascicul hertzian 62
Fascism 62
Fax 62
Fazele negocierii 62
Feminism (teorii feministe) 63
Fibră optică 63
Film 63
Flash 64
Flexibilitate 64
Formal 64
Frecvență 65
Frică 65
Frustrare 65
Funcțiile comunicării 65
Funcțiile comunicării de masă 65
Funcțiile negocieri 72
Funcțiile presei 71

Gafe de limbaj 73
Genocid 73
Greva foamei 73
Grevă 73
Grilă de programe 73

Handy cam 74
Harta conflictului 74

Ierarhie 75
Imparțialitate 75
Incertitudine 75
Incompatibilitate 75
Infidel 75
Informație 75
Insecuritate 79
Interactiv 79
Interes 79
Intoleranță 79
Ireconciliabil 79

Înaltă definiție 80

Judecător 81
Judecătorie 81
Jurisdicție 81

Late evening 82
Legea talionului 82
Legitim 82
Legitimitate 82
Lider 82
Limbaj 82
Limbaj de comunicare 85
Limbaj secret 85
Limbă 85
Lingvistica 87
Litigiu 87
Loial 88
Loialitate 88
Luptă 88

Magnetoscop 89
Majoritate 89
Management 90
Managementul conflictelor 90
Managementul diversității 90
Mandat de negociere 89
Manipulare 91

Martor /martoră 92
Mass-media 92
Măsurare a audienței (mediametrie) 93
Mediator 93
Mediere 94
Medii comunicaționale 94
Mentalitate 95
Mesaj 95
Metalimbaj 96
Mijlocire 96
Minoritate 96
Mișcări sociale 96
Modalitate de negociere 96
Morală 97
Multiplex 97
Multistandard 97

Naționalism 98
Națiune 98
Nazism 98
NBC 98
Nechibzuit 98
Negocia 98
Negociator 98
Negociere 98
Negociere comercială 99
Negociere deschisă 100
Negociere distributivă 100
Negociere explicită 100
Negociere implicită 101
Negociere integrativă 101
Negociere închisă 101
Negociere managerială 101
Negociere rațională 102
Negociere sindicală 102
Negociere sterilă 102
Neloial 102
Network 103
Neutralitate 103
Nevoie 103
News Corporation 103
Nivelele negocierii 98
Noi media 103
NTSC 105

Obiectivitate 106
Obiecție 106
Opțiune 106
Ostilitate 107

Pace 108
Pact 108
PAL 108
Panică 108
Paradigmă 108
Paradoxul nivelului 108
Parte 109
Parte a pieței 109
Partener 109
Peak time 109
Percepție 109
Pericol 110
Persuasiune 110
Plan 110
Poștă electronică 110
Poștă vocală 111
Poziția de deschidere sau declarată 111
Poziția de ruptură 112
Poziția obiectiv sau țintă 111
Poziție 111
Poziție de negociere 111
Pragmatica 112

Prejudecată 112
Prejudiciu 112
Presa scrisă 114
Presa vorbită 114
Presă 113
Pretenţii care nu sunt negociabile 114
Prime time 114
Principiu 114
Principiu de negociere 115
Principiul compensării obligaţiilor reciproce 115
Principiul cooperării, respectului şi înţelegerii 115
Principiul moralităţii şi al legalităţii 116
Principiul operativităţii decizionale bazate pe analiza colectivă 116
Principiul respectării avantajului reciproc (WIN-WIN) 117
Problemă socială 117
Producător 117
Program de flux 117
Program de stoc 117
Program prin satelit 117
Propagandă 118
Protocol de deschidere 118
Public 118
Putere 119
Putere de negociere 119
Putere informaţională 119
Putere personală 120
Puterea circumstanţială 119
Puterea coerciţiei 119
Puterea dependenţei 119
Puterea expertizei 119
Puterea normativă 120
Puterea poziţiei (legitimităţii) 120
Puterea recompensei 120

Radio 121
Rasism 122
Război 122
Receptor 123
Religie 123
Represalii 124
Represiune 124
Represiv 124
Retorica 124
Reţea comunicaţională 125
Rezervat 125
Rezoluţie 125
Rezolva 125
Risc 125
Rundă de negociere 125

Sancţiune 126
Semantica 126
Semantica actului comunicaţional 126
Semiotica 126
Semn 127
Semnificaţie 127
Sens 127
Sentiment 128
Sinonimie 129
Sintaxă 129
Sociabil 129
Sociologia comunicaţiilor 129
Sociologia comunicării 129
Sociologia opiniei publice 130
Sociologia propagandei 130
Spaţiu (zonă) de acord potenţial 130

Spaţiu de negociere 130
Spaţiu pentru concesii 130
Stabilitate 130
Stabor 130
Standard 131
Status quo 132
Staţie 131
Stereotip 131
Stil de conducere 132
Stil de negociere 132
Stil de negociere african 133
Stil de negociere american 133
Stil de negociere centrat pe obiectiv 132
Stil de negociere centrat pe persoană 133
Stil de negociere chinez 133
Stil de negociere colaborativ 133
Stil de negociere englez 134
Stil de negociere francez 134
Stil de negociere german 134
Stil de negociere înclinat spre compromis 133
Stil de negociere mediteranean 134
Stil de negociere războinic 133
Stilistica 134
Stilistica funcţională 135
Stilistica idealistă 136
Stilistica materialistă 136
Stilistica structurală 136
Stilul de negociere arab 133
Stilul de negociere indian 134
Stilul de negociere japonez 134
Strategia de aşteptare 137
Strategie – ecuaţie globală 138
Strategie a deciziei rapide 137
Strategie adaptivă 137
Strategie aferentă negocierii lungi 137
Strategie aferentă negocierii scurte 137
Strategie conflictuală 137
Strategie cooperantă 137
Strategie de impunere 138
Strategie de negociere 138
Strategie defensivă 138
Strategie directă 138
Strategie indirectă 139
Strategie ofensivă 139
Strategie win-lose (câştig-pierdere) 139
Strategie win-win (câştig-câştig) 139
Structură comunicaţională 139
Subiectivitate 140
Sufragetă 140
Sursele conflictului 140

Tactica de negociere – „Alternarea negociatorilor" 151
Tactica de negociere – „Abţinerea" 147
Tactica de negociere – „Acceptarea aparentă" 146
Tactica de negociere – „Aceasta mă depăşeşte" 150
Tactica de negociere – „Amânarea" 147
Tactica de negociere – „Asocierea-disocierea" 151
Tactica de negociere – „Atrage un terţ!" 152
Tactica de negociere – „Băiat bun – băiat rău" 147

Tactica de negociere – „Ceasul elvețian" 153
Tactica de negociere – „Complimente și politețe" 150
Tactica de negociere – „Comportarea arbitrară" 145
Tactica de negociere – „Confidența" 151
Tactica de negociere – „Contra-întrebarea" 150
Tactica de negociere – „Cunoaște așteptările!" 149
Tactica de negociere – „Da, dar ..." 150
Tactica de negociere – „Dacă ..., atunci ..." 150
Tactica de negociere – „Exercitarea de presiuni" 143
Tactica de negociere – „Falsa concurență" 148
Tactica de negociere – „Faptul împlinit" 149
Tactica de negociere – „Fă-l să spună da sau nu!" 153
Tactica de negociere – „Feliuță cu feliuță" 152
Tactica de negociere – „Fii imprevizibil!" 149
Tactica de negociere – „Fii modest!" 153
Tactica de negociere – „Iritarea oponentului" 146
Tactica de negociere – „Încrede-te în partener! 152
Tactica de negociere – „Întrebări, întrebări, întrebări" 141
Tactica de negociere – „Limitarea" 147
Tactica de negociere – „Momește cu prima ofertă!" 148
Tactica de negociere – „Negocieri paralele" 149
Tactica de negociere – „Obosirea partenerului" 152
Tactica de negociere – „Oferă sfaturi!" 153
Tactica de negociere - „Ostatecul" 145
Tactica de negociere – „Parada statistică" 148
Tactica de negociere – „Pătura" 152
Tactica de negociere – „Piciorul-în-prag" 147
Tactica de negociere – „Pretențiile exagerate" 152
Tactica de negociere – „Pretinsa neînțelegere" 149
Tactica de negociere – „Propunerea contrariilor" 146
Tactica de negociere – „Simulează alternative" 147
Tactica de negociere – „Solicită o pauză!" 151
Tactica de negociere – „Surpriza" 149
Tactica de negociere – „Șuntarea verigii dificile" 151
Tactica de negociere – „Tăcerea" 153
Tactica de negociere – „Trântitul ușii în nas" 147
Tactica de negociere – „Utilizează parafraza!" 150
Tactică de negociere – „Amânarea discuțiilor" 151

Tactică de negociere 141
Talk show 154
Teama de negociere 154
Teamă 154
Teledistribuţie 154
Televiziune 154
Teoria competenţei comunicative 157
Teoria comunicării interumane 158
Teoria informaţiei 159
Teoria instrumentalistă 159
Teoria matricei psihosociale 160
Teoria opiniei 160
Teoria sistemelor de comunicare 160
Teoria sociodinamică a modurilor de comunicare 160
Teoria structural – funcţionalistă 161
Terorism 161
Tip de negociere 162
Tipologia/tipuri de conflict 162
Tipurile comunicării 164
Totalitarism 165
Transmisie multimedia 165
Tranşa 165
Trata 165
Trădare 165
Tribunal 165
Tv cu înaltă definiţie 165

Valoare fundamentală 166
Videografie 166
Violenţă 166
V-mail 166

Xenofobie 167

Zapping 168
Ziar 168
Zvon 169

Titlu lucrare	Autori	Nr. pag.	Preț (lei)
Colecția *Oeconomica*			
Asigurări şi reasigurări: abordări teoretice şi practici internaționale	Violeta Ciurel	680	19,62
Asigurări. Ghid practic	Titel Negru	320	29,43
Bazele statisticii pentru afaceri	Gheorghe Negoescu, Rodica Ciobanu, Cristina-Aurora Bontaş	472	10,90
Bazele teoriei politicii economice	Aurel Iancu	648	10,90
Contabilitatea pe înțelesul tuturor, ed. a II-a	Gheorghe Negoescu, Gheorghe Talaghir, Carmen Talaghir-Crețu	352	22,89
Contabilitate. Fundamentele şi noul cadru juridic, ed. a II-a	Gheorghe Crețoiu, Ion Bucur	360	36.90
Dezvoltarea structurală a tehnologiilor moderne	Ioan Gâf-Deac	240	17,44
Dicționar de istorie economică şi istoria gândirii economice	E. M. Dobrescu, Gabriela Bodea, Dumitru Mureşan, Maria Mureşan	256	26,16
Econometrie, ed. a II-a	Eugen Ştefan Pecican	264	26.60
Economia resurselor naturale	Viorica Răducanu	400	7,63
Economie	Coord. Monica Dudian	320	28,34
Economie	Gheorghe Crețoiu, Viorel Cornescu, Ion Bucur	680	54,50
Economia invizibilului	Cristina Cristureanu	464	42,51
Economie politică - vol. I: Microeconomie; vol .II: Macroeconomie şi contabilitate națională; vol. III: Macro-economie în economia deschisă	Jacques Genereux	176, 168, 160	25,07

Titlu lucrare	Autori	Nr. pag.	Preț (lei)
Sisteme informatice financiar-bancare vol.I: Concepte fundamentale. Modelare prin metoda Merise	Niculae Davidescu	656	13.08
Sisteme informatice financiar-bancare vol.II: Aplicații	Niculae Davidescu	360	19.90
Tehnici de manipulare, ed. a VI-a	Bogdan Ficeac	216	19.90
Relații internaționale			
Tablouri din războiul rece	Mircea Malița	232	12.90
Între război și pace	Mircea Malița	408	19.90
Jocuri pe scena lumii	Mircea Malița	368	19.90

EXPEDITOR

Nume persoană de contact: | Banca:

Firma: | Cont:

Strada: | CUI/CNP:

Nr.: Bl.: Sc.: Ap.: | Nr. Reg. Com.:

Localitate: | Telefon:

Județ/Sector: Cod poștal: | Fax:

Achitat cu OP/Mandat poștal nr.: _____ Semnătura: _____

DESTINATAR

CORESPONDENȚĂ RĂSPUNS C.R. SE TAXEAZĂ LA DESTINAȚIE

Editura C.H. Beck - București, O.P. 83, C.P. 90
Tel.: +40 21 410.08.47; Fax: +40 21 410.08.48
E-mail: comenzi@beck.ro
Cont: RO06RZBR 0000 0600 03338540 Raifeisen Bank, Ag. Sebastian
Cont: RO82FNNB001201052424RO02 FinansBank (Rom) - Suc. Doamnei
Cont: RO28TREZ7055069XXX000321 Trez. Sect. 5, București

C.H. Beck

Datele dvs. de înregistrare sunt confidențiale și pot fi folosite doar în scopuri asociate comercializării produselor Editurii C.H. Beck. Prețurile pot fi schimbate în orice moment, fără notificarea prealabilă a clientului, iar comanda se onorează în limita stocului disponibil. Așteptăm cu interes răspunsul dvs.

B.C.U. "M. EMINESCU" IAȘI